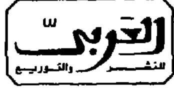




بحوث فى الصحافة المعاصرة





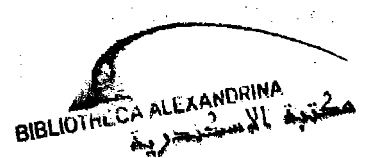
اهداءات ٢٠٠٢
د/ عواطف عبد الرحمن
القاهرة

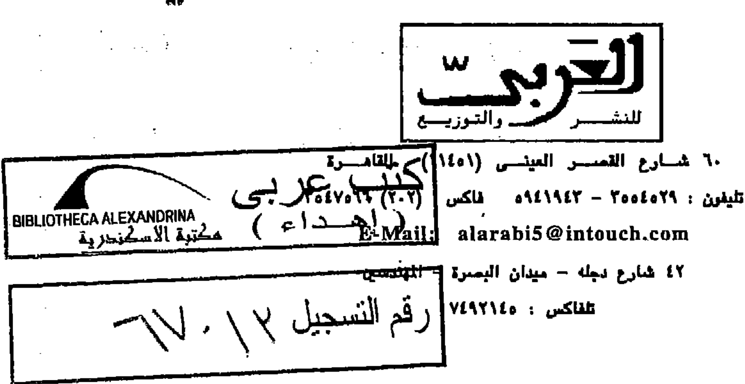
بحـــوث

فى الصحافة المعاصرة

كتاب جماعى مهدى إلى

أ.د. عواطف عبد الرحمن





٦٠ شـارع القصـر العينـى (١١٤٥١) القاهـرة
تليفون : ٢٠٠٤٥٢٩ - ٥٩٤١٩٤٢ فاكس (٢٠٢) ٥٤٧٥٠١٦
E-Mail: alarabi5@intouch.com
٤٢ شارع دجله - ميدان البصرة - المهندسين
تلفاكس : ٧٤٩٢١٤٥

العربى للنشر والتوزيع
٦٠ شارع القصر العينى (١١٤٥١) - القاهرة
ت : ٣٥٥٤٥٢٩ -٥٩٤١٩٤٣
فاكس : ٣٥٤٧٥٦٦
٤٢ ميدان البصره - شارع دجله من شهاب - المهندسين
تليفاكس : ٧٤٩٢١٤٥
E-Mail:alarabi5@intouch.com

الطبعة الأولى

٢٠٠٠

بحوث فى الصحافة المعاصرة

كتاب جماعى مهدى إلى أ.د. عواطف عبدالرحمن .

الغلاف للفنان : مصطفى رمزى .

عدد الصفحات : ٣٥١ .

بسم الله الرحمن الرحيم

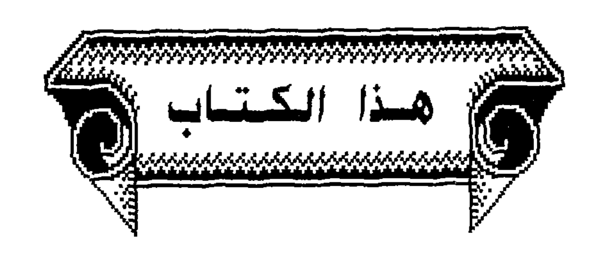


بسم الله الرحمن الرحيم

{ وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون }

صدق الله العظيم





يصدر هذا الكتاب ليعبر عن البعض القليل من فيض التقدير والحب والامتنان من الباحثين في مختلف الأعمار والجامعات للاستاذه الدكتوره / عواطف عبد الرحمن أستاذ الصحافة وخبيرة الإعلام الافريقى والمحامية الأولى عن قضايا المرأة والطفل والمتحمسة دائماً لقضايا تنمية صعيد مصر .

والصديقة لكل الأجيال من تلاميذتها وزملائها فى أقسام الصحافة والإعلام ليس على مستوى مصر فقط وإنما على المستوى العربى والافريقى .

وتمثل أ.د. عواطف عبد الرحمن لكل من درس على يديها أورافقها فى ميادين العمل الوطنى المتنوعة ، ذلك المعنى المتجدد للمثابرة والاصرار اللامحدود على تحقيق المصلحة العامة .

فلم تتخلى يوماً عن منهج الوعى والفعل ، فكانت متسقة فى ادائها ومواقفها مع ما تؤمن به وتدعو له ..

وكانت ولا زالت أ.د. عواطف عبد الرحمن صادقة مع ذاتها ومع

الآخرين وعلى الرغم من أن العديد ممن بدأوا معها مسيرة العمل العام بدلوا مواقفهم لخدمة المصالح الخاصة .

إلا انها دائماً ما وقفت فى خندق الولاء للحق والحقيقة متعالين عن الإغراءات الكثيرة التى لم تمل من صدقها مع نفسها ومع الآخرين .

وإذا كانت أ.د. عواطف عبد الرحمن هى من اوائل من تصدوا لوضع أسس مناهج البحث الإعلامى فى مصر فإنها أيضاً تسعى الى تطوير تلك المناهج مستفيده من النظريات العلمية التى تظهر فى العالم غرباً وشرقاً فى اطار من الادراك الواعى لمتطلبات مجتمعنا وأهدافنا القومية ..

وتعد أ.د. عواطف عبد الرحمن رائدة البحث فى الصحافة العربية تأريا وتواصلا ما بين مصر والوطن العربى .

كما تعد رائدة الصحافة الافريقية فى إيمان عميق باندفاع عن القضايا الأفريقية ومشاركة فى تنمية القارة التى تنتمى إليها مصر وتمثل عمقاً استراتيجياً لمصر والوطن العربى ..

واستطاعت أ.د. عواطف عبد الرحمن خبير الإعلام الدولى أن تنضج العلاقة بين منظمة الثقافة والعلوم "اليونسكو" والإعلام المصرى

والعربى بصفة عامة وقضايا الصحفيات العربى بصفه خاصه وولد على يديها اول مشروع لتنمية قدرات المرأة العامله فى مجال الصحافة اقليمياً ودولياً .

كما استطاعت أ.د. عواطف عبد الرحمن بعلاقاتها العلمية الوطيدة مع الجامعات الاوربية والامريكية ان تساعد على تبادل الخبرات والاشراف المشترك على الرسائل العلمية للباحثين المصريين الذين حصلوا على خبرات واسعة نتيجة سفرهم للخارج وتحصيلهم العلم على أيدى اساتذة الصحافة فى انجلترا وفرنسا وأمريكا ..

ان تناول عطاء أ.د. عواطف عبد الرحمن ذلك الصرح الصحفي والإعلامى العربى والعالمى طوال مسيرتها فى العمل الصحفى ثم البحثى فضلاً عن عطائها فى العمل العام ومواقفها الإنسانية ..

إنما هو أمر يحتاج إلى اكثر من كتاب ...

ولكن كتابنا هذا يمثل رسالة حب الى أستاذتنا الغالية ..

الدكتوره/ عواطف عبد الرحمن فى عامها الستين من عمرها المديد بإذن الله حيث أصبحت أستاذتنا فى سنوات نضج العطاء تتألق خبره وإشراقه متجدده للوعى والفعل .

وفى محطة الستين من العمر تعطى أ.د. عواطف عبد الرحمن

المثل والقدوه للمثابره ولوحدة المنهج فى العمل والمواقف الشخصية .

ومع استاذتنا نحلم بمزيد من العمل والجهد لتطوير العمل الإعلامى بحثاً وتدريباً ومقاومه لأساليب مسخ الهوية الحضارية والغزو الإعلامى ..

ومع أ.د. عواطف عبد الرحمن وبها يبقى الأمل فى مستقبل أكثر اشراقاً .

توقيع

أجيال متعدده من تلاميذ

أ.د. عواطف عبد الرحمن

تشريعات الصحافة فى مصر

{رؤية تحليلية}

أ. د. ليلى عبد المجيد

أستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

الحرية تقوم على انعدام القيود أى القدرة على التصرف دون أى تحريم يفرض من الخارج على هذه القدرة ، غير أن حياة الانسان فى المجتمع والتطورات التى لحقت علاقته فى هذا المجتمع تستوجب وضع قيود على هذه الحرية فى المجتمعات المعاصرة ، وتحتم وجود نوع من التنظيم الذى يرد قيدا على هذه الحرية بمعناها المطلق.

وبقدر تحقيق التوازن بين الحرية التى يحتاجها الإنسان وبين السلطة التى لا غنى عنها بقدر ما يتحقق الازدهار للمجتمع والفرد ، وهذا التوازن يتحقق من خلال القانون والتشريع.

ونعنى بالتشريعات الصحفية مجموعة القواعد القانونية والتى تضع الضوابط العامة التى تحدد سلفا سلوك الأفراد بصدد ما يمكن أن يقوم بينهم من علاقات فى مجال الصحافة ، وهذه الضوابط قد تسعى إلى الحد من حريات الأفراد أو تقييدها فى حدود الحفاظ على حريات الآخرين وعلى المصلحة العامة.

وتأتى هذه القواعد القانونية من خلال :

١ - الدساتير :

والتى تقرر المبدأ العام والخاص بحرية الصحافة فى إطار ما تنص عليه من ضمان لحرية التعبير عن الرأى باعتبارها حقا طبيعيا لا غنى للفرد عن التمتع به ليستكمل آدميته وليتعاون هو وسائر الأفراد على اسعاد الجماعة.

٢ - قوانين الصحافة والمطبوعات :

وتتضمن كيفية استعمال مبدأ حرية الصحافة الذى ورد النص عليه بشكل عام فى الدساتير والتى تضعها الهيئة التشريعية وقد ترى هذه الهيئة أن تتوسع فى النصوص التى توردها بهذه القوانين أو تضيق منها.

وتتولى هذه القوانين أو تنظم ممارسة هذه الحرية وتحديد نطاق هذا تنظيم ، وقد تجعل هذه القوانين مبدأ حرية الصحافة مجرد حبر على الورق إذا توسعت فى تقييد هذه الحرية.

٣ - قوانين العقوبات :

وتتضمن هذه القوانين عادة مواد خاصة بالجرائم التى ترتكب بواسطة الصحف وغيرها من طرق النشر والعلانية ، والعلانية هى العلة الاصلية للعقاب ، ولا عقاب على التفكير وتكوين الرأى

مهما يكن مخالفا للقانون ، وإنما العقاب على إعلان الرأى المخالف للقانون بأى طريقة من طرق العلانية ، وهذه القوانين تتضمن العقوبات التى تترتب على اساءة استعمال الفرد لحرية اعلان الرأى فى المطبوعات أو غيرها من وسائل العلانية والتعبير عن الرأى .

وسنحاول فى هذه الورقة البحثية تحليل ومناقشة بعض هذه التشريعات التى تنظم عمل الصحافة فى مصر حيث ستقتصر على كل من :

١ – المبادئ الدستورية الخاصة بالصحافة المصرية.

٢ – قانون الصحافة.

٣ – قانون نقابة الصحفيين.

أولا: المبادئ الدستورية الخاصة بالصحافة المصرية:

تقرر الدساتير عادة المبدأ العام الذى ينظم حرية الصحافة فى اطار ما تنص عليه من ضمان لحرية التعبير عن الرأى باعتبارها حقا طبيعياً لاغنى للفرد عن التمتع به ليستكمل آدميته وليتعاون هو وسائر الأفراد على إسعاد الجماعة.

وقد كان الدستور المصرى الصادر سنة ١٩٢٣ أول دستور ينص صريحا على حرية الصحافة ، ووردت بعد ذلك نصوص خاصة بذلك فى دستور سنة ١٩٣٠ ، والدستورين المؤقتين سنة ١٩٥٦ ، سنة ١٩٦٤.

ويتضمن الدستور المصرى الدائم الصادر فى سبتمبر ١٩٧١ مادتين تنظمان حرية الرأى والصحافة هما المادة (٤٧) ، والمادة (٤٨) إذ تنص المادة (٤٧) على أن " حرية الرأى مكفولة ولكل إنسان التعبير عن رأية ونشره بالقول أو الكتابة أو التصوير أو غير ذلك من وسائل التعبير فى حدود القانون ، والنقد الذاتى والنقد البناء ضمانا لسلامة البناء الوطنى.

أما المادة (٤٨) فتنص على أن " حرية الصحافة والطباعة والنشر ووسائل الإعلام مكفولة ، والرقابة على الصحف محظورة وانذارها أو وقفها أو الغاؤها بالطريق الإدارى محظور ، ويجوز استثناء فى حالة إعلان الطوارئ أو زمن الحرب أن يفرض على الصحف والمطبوعات ووسائل الإعلام رقابة محدودة فى الأمور التى تتصل بالسلامة العامة أو أغراض الأمن القومى وذلك كله وفقا للقانون ".

وأضيف فى التعديلات الدستورية التى تمت الموافقة عليها فى الاستفتاء الذى تم فى

١٩٨٠/٥/٢٢ باب جديد عنوانه " أحكام عامة " تتضمن فصلين ، الأول خاص بمجلس الشورى واختصاصاته وتشكيله ، والثانى خاص بسلطة الصحافة مكون من ست مواد . وتنص المادة (٢٠٦) منه على أن " الصحافة سلطة شعبية مستقلة تمارس رسالتها على الوجه المبين فى الدستور والقانون والمادة (٢٠٧) " تمارس الصحافة رسالتها بحرية وفى استقلال وفى خدمة المجتمع بمختلف وسائل التعبير ، وتعبيراً عن اتجاهات الرأى العام واسهاما فى تكوينه وتوجيهه فى اطار المقومات الأساسية للمجتمع ، والحفاظ على الحريات والحقوق والواجبات العامة واحترام حرمة الحياة الخاصة للمواطنين وذلك كله طبقا للدستور والقانون ".

أما المادة (٢٠٨) فتنص على أن " حرية الصحافة مكفولة والرقابة على الصحف محظورة وانذارها أو وقفها أو الغاؤها بالطريق الادارى محظور وذلك كله وفقا للدستور والقانون ".

وتنص المادة (٢٠٩) على أن " حرية اصدار الصحف وملكيتها للاشخاص الاعتبارية العامة والخاصة وللاحزاب السياسية مكفولة طبقا للقانون وتخضع الصحف فى ملكيتها وتمويلها والأموال المملوكة لها لرقابة الشعب على الوجه المبين بالدستور والقانون ".

وتنص المادة (٢١٠) على أن " للصحفيين حق الحصول على الأنباء والمعلومات طبقا للأوضاع التى يحددها القانون ، ولا سلطان عليهم فى عملهم لغير القانون.

وتنص المادة (٢١١) على أن " يقوم على شئون الصحافة مجلس أعلى يحدد القانون طريقة تشكيله واختصاصاته وعلاقاته بسلطات الدولة ويمارس المجلس اختصاصاته بما يدعم حرية الصحافة واستقلالها ويحقق الحفاظ على المقومات الأساسية للمجتمع ويضمن سلامة الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعى وذلك كله على النحو المبين فى الدستور والقانون".

وعلى الرغم من أنه من المألوف أن تتضمن الدساتير المبدأ العام فقط الذى ينظم حرية الصحافة والتعبير عن الرأى ، غير أن هذه التعديلات الدستورية دخلت فى الكثير من تفاصيل ممارسة العمل الصحفى ، وهذه مكانها الطبيعى القوانين الخاصة بتنظيم النشاط الصحفى (مثل قوانين الصحافة والمطبوعات وقوانين النقابات المهنية).

غير أن ما يعنينا هنا هو أن هذه المبادئ الدستورية تختص بالوضع العام للصحافة المصرية ككل قومية ومحلية ، وهى التى تحدد مفهوم حرية الصحافة ونطاقها.

ومن الأمور التى غدت بديهية أنه ليس بكاف أن تقرر الدساتير حرية الصحافة فتصبح حرة بالفعل فقد تصدر قوانين للصحافة أو المطبوعات مليئة بالقيود والتحفظات ، كما أن تفسير معنى

حرية التعبير وحرية الصحافة يختلف اختلافاً كبيراً عند التطبيق من دولة إلى أخرى ومن نظام سياسى لآخر ، ومن فترة تاريخية لفترة تاريخية أخرى فى الدولة نفسها .

ومن الضمانات الأساسية لحرية الصحافة :

١ – عدم خضوع الصحافة لرقابة سابقة على النشر من جانب السلطة ولا تقبل هذه الرقابة السابقة فى جميع الأحوال إلا على مضض وفى أضيق نطاق فى الظروف الاستثنائية كحالات الحرب والطوارئ.

٢ – تقييد – قدر الامكان – المجال الذى يكون فى وسع المشرع فيه إيراد تشريعات تجرم مالا يستلزم صالح المجتمع تجريمه وهذا يعنى أن الحرية المعترف بها للفرد ليست مطلقة وإنما تحددها القوانين القائمة ، والتى يعد الفرد إذا انتهكها مسئولا مدنياً وجنائياً.

٣ – حق الأفراد والجماعات فى إصدار الصحف دون اعتراض السلطة.

٤ – حرية الصحافة فى استقاء الأنباء ونشرها وحرية الرجوع إلي مصادر المعلومات.

وإن كان هناك فى المقابل مجموعة من العقبات التى قد تهدد هذه الحرية بل قد تهدمها ومن ذلك :

١ – الاحتكارات الصحفية العامة أو الخاصة أو الدولية .

٢ – عدم كفاية البنى الأساسية للاتصال فى المجتمع .

٣ – الاتجاهات والمحظورات الثقافية الراسخة .

٤ – تقديس السلطة دون مناقشة.

٥ – ممارسة المعلنين للسيطرة الاقتصادية على الصحف .

٦ – تقاضى بعض الصحف اعانات سرية من الحكومة .

ويلاحظ أنه بالنسبة للدستور المصرى الدائم أنه بعد أن يقرر فى المادة (٤٨) منه حظر الرقابة على الصحف يعود فيضيف " ومع ذلك يجوز استثناء – فى حالة اعلان الطوارئ أو فى زمن الحرب . أن يفرض على الصحف والمطبوعات ووسائل الاعلام رقابة محددة فى الأمور التى تتصل بالسلامة العامة أو اغراض الأمن القومى وذلك كله وفقا للقانون " .

وتعبير السلامة العامة والأمن القومى تعبير واسع ومطاط فهو أوسع نطاقا من تعبير الانباء العسكرية إذ يشمل هذه الأنباء كما يشمل غيرها مما قد يهدد السلامة العامة والأمن القومى ، بل وقد يؤدى إلى تقييد حرية الصحافة إذا تم التوسع فى تفسير مدلولات هذه العبارات.

ثانيا : قانون تنظيم الصحافة رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ :

ومن خلال تحليل القانون نرى أنه عرض للجوانب الخاصة بتنظيم النشاط الصحفى وهى:

١ - تنظيم اصدار الصحف وأنماط ملكيتها.

٢ - حقوق الصحفيين وضمانات ممارسة المهنة.

٣ - واجبات الصحفيين والتزاماتهم.

٤ - المجلس الأعلى للصحافة.

١ - تنظيم اصدار الصحف وانماط ملكيتها:

ويعالج القانون عملية تنظيم اصدر الصحف فى مصر فى الفصل الأول من بابه الثانى من المادة (٤٥) وحتى المادة (٥١).

ولما كان هناك أسلوبان لعملية اصدار الصحف يعتبر الأول مجرد نوع من التنظيم وهو الاخطار بمعنى مجرد ابلاغ الجهة الإدارية المختصة بالرغبة فى اصدار الصحيفة دون انتظار إذنها أو موافقتها بينما يمثل الأسلوب الثانى درجة من التقييد وهو الترخيص بمعنى ضرورة حصول الراغبين فى اصدار الصحيفة على تصريح أو اذن مسبق قبل اصدار الصحفية.

وقد اشار القانون فى مادتيه (٤٦) ، (٤٧) إلى أن من يريد اصدار صحيفة جديدة عليه أن يقدم إخطارا كتابيا إلى المجلس الأعلى للصحافة موقعا عليه من الممثل القانونى للصحيفة.

غير أنه يظهر فى المادة (٤٧) من القانون أن هذا الاخطار أقرب ما يكون لمفهوم الترخيص إذ يشترط انقضاء مدة أربعين يوما دون اصدار قرار من المجلس الأعلى للصحافة برفض الترخيص باصدار الصحيفة ويعتبر هذا بمثابة عدم اعتراض على الاصدار .

وتجمع المادة (٥١) بين المصطلحين معا إذ تنص على أنه فى حالة التغيير الذى يطرأ على البيانات التى تضمنها الاخطار بعد صدور الترخيص يجب إعلان المجلس الأعلى للصحافة كتابة بهذا التغيير قبل حدوثه بخمسة عشر يوما على الأقل إذا كان التغيير قد طرأ على وجه غير متوقع وفى هذه الحالة يجب اعلانه فى موعد غايته ثمانية أيام على الأكثر من تاريخ حدوثه .

ويلاحظ من تحليل مواد القانون السابق الاشارة إليها أنه يضع معايير محددة تبرر رفض المجلس الأعلى للصحافة الترخيص باصدار صحيفة ما ، وإن كان من الأمور التى تحمد لهذا القانون أنه أعطى لذوى الشأن حق الطعن فى قرار رفض اصدار الصحيفة أمام محكمة القضاء

الإدارى خلال ثلاثين يوما من تاريخ الاخطار بالرفض ، فى حين إن القانون السابق ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ كان يجعل حق الطعن فى قرار المجلس برفض الترخيص لمحكمة القيم ، وهى محكمة ذات طابع خاص تضم عدداً من الشخصيات العامة مما كان أمراً غير مقبول.

وحددت المادة (٤٦) من القانون البيانات التى يجب أن يتضمنها الأخطار بالرغبة فى اصدار صحيفة جديدة وهى :

- أسم ولقب وجنسية ومحل إقامة صاحب الصحيفة.
- اسم الصحيفة ودوريتها واللغة التى تنشر بها ونوع نشاطها .
- الهيكل التحريرى والإدارى لها .
- بيان ميزانيتها ومصادر تمويلها .
- عنوانها ، وعنوان المطبعة التى تطبع بها .
- أسم رئيس التحرير.

ومن الملاحظ أن هذا القانون قد أضاف بعض البيانات التى لم تكن مطلوبة فى القانون السابق ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ وهى الخاصة بالهيكل التحريرى والإدارى للصحيفة المطلوب اصدارها ، وهو فى رأيى يمثل وسيلة لضمان جدية عملية إصدار الصحيفة ، وبيان ميزانيتها ومصادر تمويلها، وقد جاءت هذه الاضافة نتيجة لبعض السلبيات التى ظهرت فى بعض الممارسات الصحفية من ظهور بعض الصحف التى ليس لها آية هياكل تحريرية وإدارية أو مصادر تمويل معروفة ومعلنة وغير معروف من ورائها ومن يمولها ، وهذا من شأنه أن يمس مصداقية هذه الصحف.

وقد عرض القانون للاشكال الخاصة بملكية الصحف فى مصر فى الفصل الثانى من بابه الثانى من المادة (٥٢) وحتى المادة (٥٤) ثم خصص باب مستقلا هو الباب الثالث للحديث عن ملكية الصحف القومية والهياكل التى تدار من خلالها من المادة (٥٥) وحتى المادة (٦٦) منه :

أشكال ملكية الصحف فى مصر :

حدد القانون فى المادة (٥٢) منه اشكال الملكية المسموح بها طبقا له فى ملكية الأحزاب السياسية والاشخاص الاعتبارية العامة والخاصة ، وإن اشترط فى الصحف التى تصدرها الاشخاص الاعتبارية الخاصة فيها عدا الاحزاب السياسية والنقابات والاتحادات أن تتخذ شكل تعاونيات أو شركات مساهمة اسهمها جميعها اسمية و مملوكة للمصريين وحدهم وبحيث لا يقل رأس

مال الشركة المدفوع عن مليون جنيه إذا كانت الصحيفة يومية ومائتين وخمسين الف جنيه إذا كانت أسبوعية ومائة الف جنيه إذا كانت شهرية.

وأعطى القانون للمجلس الأعلى للصحافة أن يستثنى من بعض الشروط السابقة ، ولا يجوز أن تزيد ملكية الشخص وأفراد اسرته (الزوج والزوجة والاولاد القصر) وأقاربه حتى الدرجة الثانية فى رأس مال الشركة على ١٠ ٪ من رأس مالها.

واجاز القانون أيضا انشاء شركات توصية بالاسهم لاصدار مجلات شهرية أو صحف اقليمية ويسرى عليها الشروط السابقة.

وهناك بعض الملاحظات حول اشكال الملكية كما وردت فى القانون هى :

١ - أن القانون لا يقر حق الأفراد كأشخاص طبيعيين فى اصدار الصحف ، وإذا كانت الصحافة قد اصبحت بالفعل صناعة ضخمة مما أدى إلى ظهور الكتل الصحفية الاحتكارية فى معظم البلاد الرأسمالية مما تحولت معه حرية الصحافة إلى حرية عدد محدود ممن يملكون اصدار الصحف فانه قد يكون من المقبول أن يطرح القانون إمكانيةاصدار الصحف من خلال جمعيات تعاونية أو شركات ، يمكن أن توضع ضوابط قانونية محددة لها مثل اشتراط الأهلية الكاملة فى ناشر الصحيفة وخلوه من الموانع القانونية والمخلة بالشرف وضمان حقوق الصحفيين العاملين فيها وتجريم التمويل الأجنبى لها ومراقبة ميزانياتها من قبل الجهاز المركزى للمحاسبات .

٢ - رغم أن القانون سمح للاشخاص الطبيعيين باصدار صحف إذا تجمعوا فى شركة مساهمة أو شركة توصية بالاسهم أو تعاونيات ، غير أنه اشترط بعض الأمور فى عملية اصدار صحف جديدة فى مصر تتخذ هذه الصيغ .

ومن الأمور الايجابية فى هذه الشروط ضرورة أن تكون أسهم الشركات اسمية ومملوكة للمصريين وحدهم إذ يمثل هذا الشرط ضمانة تمنع رأس المال الأجنبى من السيطرة على الصحف التى تشارك فى تكوين الرأى العام وتصوغ الثقافات.

كما أن وضع حد أقصى لملكية الشخص وأفراد اسرته للاسهم فى هذه الشركات يحول دون احتكار أو تركيز ملكية الصحف .

ومن الأمور التى تمثل تطوراً ايجابيا فى القانون أنه جعل الحد الأقصى لملكية الشخص وأفراد اسرته (زوجته وأولاده القصر) واقاربه حتى الدرجة الثانية فى رأس مال الشركة لا يزيد عن ١٠٪ ، فى حين أن القانون السابق ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ كان يجعل هذا الحد لا يزيد عن ٥٠٠ جنيه فى

رأسمال شركة تصدر صحيفة يومية لا يقل رأسمالها عن ٢٥٠ ألف جنيه ، مما كان يقتضى وجود ٥٠٠ مساهم (مع الوضع فى الاعتبار أن الفرد واسرته يعتبر مساهما واحدا) وتجميع هذا العدد ليس مسألة سهلة بالطبع أما النص الجديد فيسمح بانشاء شركة مساهمة لاصدار صحيفة يومية تتكون من عشرة اشخاص فقط .

٣ - اجازت المادة (٥٢) من القانون انشاء شركات توصية بالاسهم لاصدار مجلات شهرية أو صحف اقليمية وهذا لم يكن موجودا فى القانون السابق ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ ، ويعتبر هذا أيضا من النصوص الجيدة التى تتيح الفرصة لانشاء مزيد من الصحف الجديدة ، وأن كانت المادة نفسها قد اشارت إلى انطباق نفس الشروط الخاصة بالشركات المساهمة على هذا النوع من الشركات.

٤ - وتجيز المادة نفسها للمجلس الأعلى للصحافة أن يستثنى من بعض شروط انشاء التعاونيات أو الشركات ، وهذا نص جيد إذ يمكن أن يفيد فى تيسير اجراءات انشاء الشركات سواء المساهمة أو التوصية بالاسهم.

٥ - يكفل القانون للاحزاب السياسية حق اصدار الصحف دون تحديد حد أقصى لعدد الصحف التى يملكها كل حزب ، كما يكفل للنقابات والاتحادات - باعتبارهما اشخاصاً اعتبارية خاصة - الحق فى اصدار الصحف دون تحديد أو تقييد وكذلك الاشخاص الاعتبارية العامة مما يتيح امكانية تحقيق التعدد والتنوع.

٦ - مازال هذا القانون ينهج نفس النهج للقانون السابق ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ فيما يتعلق بالصحف التى ما زالت تصدر عن أفراد تطبيقا لحكم المادة ٤٩ من القانون ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ إذ نص القانون الحالى ٩٦ لسنة ١٩٩٦ فى مادته (٨٠) على أنها تستمر فى مباشرة نشاطها حتى وفاة أصحابها مما يهدد العديد من الصحف الصغيرة التى تصدر بشكل منتظم.

وإن كان القانون الحالى قد أعطى هذه الصحف الحق فى توفيق أوضاعها وفقا لاحكام هذا القانون أى أن تتحول إلى شخص اعتبارى خاص (جمعية تعاونية أو شركة توصية بالاسهم إذا كانت مجلة شهرية أو صحفية اقليمية).

وهذا اتجاه طيب رغم صعوبته عمليا ، وأن كانت بعض الصحف الاقليمية قد وفقت أوضاعها بالفعل.

٧ - من النصوص التى لم يعد هناك مبرر لها ويحسن الغاؤها المادة (٥٠) التى تحظر اصدار الصحف أو الاشتراك فى اصدارها أو ملكيتها بأية صورة من الصور على الممنوعين - قانونا من مزاولة حقوقهم السياسية ، فهذا يمثل نوعا من العزل السياسى.

وتجدر الاشارة إلى أن القانون قد نص فى المادة (٤٥) على ضرورة أن يكون لكل صحيفة رئيس تحرير مسئول يشرف إشرافا فعليا على ما ينشر بها وعدد من المحررين المسئولين يشرف كل منهم إشرافا فعليا على قسم معين من اقسامها ، وأشترط فى رئيس التحرير والمحررين أن يكونوا مقيدين بجدول المشتغلين بنقابة الصحفيين.

واشتراط وجود رئيس تحرير للصحيفة مسئول عن كل ما ينشر بها أمر ضرورى ومهم ، وأن كان ليس هناك ما يبرر اشترط وجود عدد من المحررين المسئولين إذ يعتبر هذا نوعا من التنظيم الداخلى لإدارة التحرير فى الصحيفة ، كما أن اشتراط أن يكون رئيس التحرير ومحررو الصحيفة مقيدين بجدول المشتغلين بنقابة الصحفيين – فهو فى رأيى مسألة مهمة لحماية المهنة من الدخلاء عليها وغير المؤهلين لمارستها والذين يفتقدون الاحساس بالمسئولية الاجتماعية ، والاسهام فى الارتفاع بمستواها ، كما أن عضويتهم بالنقابة يضمن محاسبتهم عن أى اخلال بآداب المهنة واخلاقياتها لاسيما وأن القانون يستثنى من شرط عضوية النقابة رؤساء تحرير الصحف والمجلات المتخصصة التى تصدرها الجهات العلمية ، وكذلك الصحف التى تصدرها الهيئات التى يصدر بتحديدها قرار من المجلس الأعلى للصحافة .

الصحف القومية:

وهى الصحف التى تملكها الدولة ملكية خاصة ويمارس حقوق الملكية عليها مجلس الشورى وقد أعطاها القانون فى المادة (٥٨) منه الشخصية الاعتبارية ولها مباشرة جميع التصرفات القانونية لتحقيق اغراضها ووضع بعض الضوابط التى تنظم عملها وهى :

١ – أنها مستقلة عن السلطة التنفيذية وعن جميع الاحزاب وتعتبر منبرا للحوار الوطنى الحر بين كل الآراء والاتجاهات السياسية.

٢ – يجوز لها بموافقة المجلس الأعلى للصحافة تأسيس شركات لمباشرة نشاطها الخاص بالنشر أو الإعلان أو الطباعة أو التوزيع.

٣ – يجوز لها مزاولة التصدير والاستيراد فى مجال نشاطها وفقا للقواعد التى يضعها المجلس الأعلى للصحافة.

٤ – ينظم العلاقة بين المؤسسات الصحفية القومية وجميع العاملين بها من صحفيين وإداريين وعمال ، أحكام عقدالعمل الفردى المنصوص عليها فى قانون العمل.

وتسرى فى شأن العاملين بها احكام قانون الكسب غير المشروع ويكون سن التقاعد ستين عاما ، ويجوز مد السن سنة بسنة حتى سن الخامسة والستين بقرار من مجلس الشورى بالنسبة لرؤساء مجالس الإدارة ورؤساء التحرير ، وبقرار من المجلس الأعلى للصحافة بتوصية من مجلس إدارة الموسسة بالنسبة إلى غيرهم.

٥ – تخصيص نصف صافى أرباح المؤسسة للعاملين بها والنصف الآخر لمشروعات التوسع والتجديدات.

٦ – يصدر المجلس الأعلى للصحافة القرارات والقواعد المنظمة لإدارة هذه المؤسسات وإعداد موازنتها السنوية وكيفية توزيع الارباح.

٧ – يتولى الجهاز المركزى للمحاسبات مراجعة دفاتر ومستندات كل مؤسسة صحفية قومية بصفة دورية ويخطر كل من الجمعية العمومية للمؤسسة والمجلس الأعلى للصحافة ومجلس الشورى بنتائج الفحص .

ويلاحظ على ماسبق مايلى :

١ – أن اسناد القانون مهمة مراجعة دفاتر ومستندات الموسسات الصحفية القومية للجهاز المركزى للمحاسبات تعد ضرورية فى ضوء ملكية الدولة لهذه المؤسسات للتأكد من مشروعية اجراءاتها المالية والادارية والقانونية.

٢ – أن مجلس الشورى الذى اوكلت إليه الدولة مهمة ممارسة حقوق ملكية الصحف القومية نيابة عنها قد تنازل عن بعض اختصاصاته للمجلس الأعلى للصحافة فيما يتعلق باصدار القرارات والقواعد المنظمة لإدارة المؤسسات الصحفية القومية وإعداد موازناتها السنوية وكيفية توزيع الأرباح .

٣ – من النصوص التى تمثل تطوراً فيما يتعلق بتنظيم علاقة الصحفيين بمؤسساتهم الصحفية القومية ما ورد فى المادة (٥٦) من هذا القانون بخصوص جواز انتقال الصحفى من مؤسسة صحفية قومية إلى أخرى بموافقته وموافقة المؤسستين معا إذ كان القانون ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ السابق يعطى فى المادة (٢٣) منه حق نقل الصحفى من موسسة صحفية قومية لاخرى للمجلس الأعلى للصحافة دون النظر فى موافقة الصحفى المنقول نفسه بل قد يتم النقل رغما عن ارادته.

وينظم الفصل الثانى من الباب الثالث من القانون (المادتان ٦٢ ، ٦٣) اسلوب تشكيل الجمعية العمومية للمؤسسات الصحفية القومية واختصاصاتها ، إذ تشكل الجمعية برئاسة رئيس مجلس الإدارة الذى يختاره مجلس الشورى وتضم ٣٥ عضوا ، ١٥ منهم منتخبون يمثلون الصحفيين والإداريين والعمال بهذه المؤسسة الصحفية بواقع خمسة أفراد عن كل فئة من الفئات الثلاث ، اضافة إلى عشرين عضوا يختارهم مجلس الشورى من الكتاب أو المهتمين بشئون الفكر والثقافة والصحافة والإعلام على أن يكون من بينهم أربعة على الأقل من ذات المؤسسة الصحفية .
وتحدد المادة (٦٤) من القانون أسلوب تشكيل مجلس إدارة المؤسسة الصحفية القومية بحيث تضم ثلاثة عشر عضوا برئاسة رئيس مجلس الإدارة ويختاره مجلس الشورى وستة من العاملين بالمؤسسة يتم انتخابهم بواقع اثنين عن كل من الصحفيين والاداريين والعمال ، وستة اعضاء يختارهم مجلس الشورى على أن يكون من بينهم أربعة أعضاء على الأقل من ذات المؤسسة .

ومدة عضوية كل من الجمعية العمومية ومجلس الإدارة أربع سنوات وأن كان نص المادة (٦٤) قد ورد به امكانية التجديد بالنسبة لعضوية مجلس الإدارة ولم يذكر ذلك بالنسبة لعضوية الجمعية العمومية.

وتنص المادتان (٦٥ ، ٦٦) من القانون على تشكيل مجلس للتحرير بكل صحيفة من الصحف القومية من خمسة اعضاء على الاقل برئاسة رئيس التحرير الذى يختاره مجلس الشورى ويختار مجلس الإدارة الاعضاء الباقين على أن يكون من بينهم من يلى رئيس التحرير فى مسئولية العمل الصحفى ، وتكون مدة عضوية مجلس التحرير ثلاث سنوات قابلة للتجديد .

وهناك عدة ملاحظات فيما يتعلق بهذه الهياكل :

١ - يمثل المعينون من جانب مجلس الشورى فى كل من الجمعية العمومية للمؤسسات الصحفية ومجالس ادارات هذه المؤسسات الأغلبية (٥٧,١ ٪ ، ٥٠ ٪ على الترتيب) خاصة إذا أضفنا رئيس مجلس الإدارة ورئيس الجمعية العمومية وهو معين أيضا من جانب مجلس الشورى مما يقتضى إعادة النظر فى هذه النسبة.

ومن الجدير بالذكر أنه قد حدث تحسن نسبى بالنسبة لتشكيل مجلس إدارة المؤسسة الصحفية عما كان عليه الأمر فى القانون السابق ١٤٨س لسنة ١٩٨٠ والذى كان ينص فى المادة (٣١) منه على تشكيل مجلس إدارة المؤسسة الصحفية القومية من خمسة عشر عضوا ثمانية منهم

يختارهم مجلس الشورى بنسبة ٥٣,٣ ٪ من الأعضاء فى حين أصبحت نسبتهم فى القانون الحالى - كما اشرنا - ٥٠ ٪ فقط - عدا رئيس مجلس الإدارة.

٢ - لم يحدد القانون أية شروط لاختيار أعضاء مجلس إدارة المؤسسة الصحفية غير المنتخبين.

٣ - حدد القانون اختصاصات الجمعية العمومية فى المادة (٦٣) فى حين لم يحدد اختصاصات مجلس الإدارة وترك ذلك للائحة التنفيذية له .

٢ - حقوق الصحفيين وضمانات ممارسة المهنة :

من خلال تحليل نصوص القانون ٩٦ لسنة ١٩٩٦نجد أن هناك ثلاث مواد تمثل ضمانات لممارسة المهنة هى :

٢ - حظر فرض الرقابة على الصحف ، مع جواز ذلك استثناء فى حالة إعلان الطوارئ أو زمن الحرب حيث تفرض رقابة محددة فى الأمور المتصلة بالسلامة العامة أو أعراض الأمن القومى (المادة الرابعة).

٣ - حظر مصادرة الصحف أو تعطيلها أو الغاء ترخيصها بالطريق الإدارى (المادة الخامسة).

وينظم كل من الفصل الثانى بالباب الأول من القانون < المواد من ٦ إلى ١٧ > والفصل الخامس بالباب نفسه (لمواد من ٣٤ إلى ٤٤) حقوق الصحفيين على النحو التالى :

١ - توفير الأمكانيات للصحفى للوصول إلى المعلومات والحصول عليها والرجوع لمصادر الاخبار (المواد ٨ ، ٩ ، ١٠ ، ١١) حيث أعطت هذه المواد للصحفى الحق فى الحصول على المعلومات والاحصاءات والاخبار المباح نشرها طبقا للقانون ومالم تكن سرية بطبيعتها وله حق نشرها. ويلاحظ أنه قد أضيفت فى هذا القانون كلمة (المباح نشرها) الأمر الذى لم يكن موجوداً فى القانون السابق ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ ، وكان من الافضل عدم النص عليها ضماناً لحق الصحفيين فى الحصول على المعلومات .

كما أكدت هذه المواد على مبدأ حرية تدفق المعلومات وحق المواطن فى الاعلام فى كل الاحوال - عدا حالات ثلاث حصرها القانون وهى الاخلال بمقتضيات الأمن القومى ، الدفاع عن الوطن ، مصالحه العليا.

وتجدر الاشارة هنا إلى أهمية تحديد ما هو سرى وما هو غير سرى من المعلومات والاحصاءات والاخبار بدقة حتى لا يكون هناك مجال للتوسع فى تفسير هذا النص لفرض قيود على معلومات أو احصاءات أو اخبار لا يتطلب الأمر حظرها.

٢ - اعطاء الصحفى الحصانة الملائمة لطبيعة عمله، فالصحفيون مستقلون لا سلطان عليهم فى أداء عملهم لغير القانون (المادة ٦).

٣ - حماية الصحفى من التعرض للايذاء أو الاهانة أو التعدى عليه عليه بسبب عمله أو المساس بأمنه لرأى صدر عنه أو معلومات صحيحة نشرها (المادتان ٧، ١٢).

٤ - ضمان حق الصحفى فى الاحتفاظ بسر المهنة وعدم جواز اجباره على إفشاء مصادر معلوماته (المادة٧).

٥ - حق الصحفى فى احترام شرط الضمير وقد أعطى القانون فى المادة (١٣) الصحفى الحق فى فسخ تعاقده مع موسسته الصحفية بارادته المنفردة إذا طرأ تغيير جذرى على سياستها، بشرط ان يخطرها بعزمه على فسخ العقد قبلها بثلاثة شهور.

٦ - ضمانات خاصة بحقوق الصحفى المالية والوظيفية إذ نصت المادة (١٤) من القانون على خضوع العلاقة بين الصحفى وصحيفته لعقد العمل الصحفى الذى يحدد مدة التعاقد ونوع عمل الصحفى ومكانه والمرتب وملحقاته والمزايا التكميلية فى اطار القواعد الخاصة بعقد العمل الفردى أو عقد العمل الصحفى الجماعى فى حالة وجوده .

وأعطت المادة (١٥) لمجلس نقابة الصحفيين الحق فى عقد اتفاقات عمل جماعية مع اصحاب الصحف ووكالات الانباء والصحف العربية والأجنبية، وتلزم المادة (٦) المؤسسات الصحفية وادارات الصحف بالوفاء بجميع الحقوق المقررة للصحفى فى القوانين وعقد العمل الصحفى المبرم معها.

٧ - عدم جواز فصل الصحفى من عمله وضرورة اخطار النقابة بمبررات الفصل حتى تسعى للتوفيق بين الصحيفة والصحفى، فاذا فشلت تطبق الاحكام الواردة فى قانون العمل والخاصة بفصل العامل.

وهذا النص من النصوص الجيدة والتى تجعل الصحفى آمنا على مستقبله بما يمنع عنه الظلم أو الغبن .

٨ - احاطة مساءلة الصحفى التأديبية فى حالة اتهامه بارتكاب أى خطأ أو جريمة من نوع

ما بضمانات كافية ، مع ضمان أن تتم هذه المساءلة أمام نقابته ، إذ أعطى هذا القانون وفقا للمادة (٣٤) منه لنقابة الصحفيين وحدها اختصاص تأديب الصحفيين من أعضائها ، بعد أن كان هذا الحق يعنى أن يحاسب الصحفى على الخطأ الواحد أكثر من مرة وأمام أكثر من جبهة.

وقد تناولت المواد ٣٥ ، ٣٦ ، ٣٧ ، ٣٨ ، ٣٩ من القانون ٩٦ لسنة ١٩٩٦ اجراءات هذه المحاكمة التأديبية وتشكيل لجنة التحقيق وهيئة التأديب الابتدائية والاستئنافية.

٩ - احاطة مساءلة الصحفى جنائيا عن الجرائم التى تقع بواسطة الصحف بضمانات كافية (وردت فى المواد من ٤٠ إلى ٤٤) وهى :

- عدم جواز الحبس الاحتياطى للصحفى المتهم فى هذه الجرائم إلا فى الجريمة المنصوص عليها فى المادة (١٧٩) من قانون العقوبات.

- عدم جواز القبض على الصحفى بسبب جريمة من الجرائم التى تقع بواسطة الصحف أو التحقيق معه أو تفتيش مقر عمله إلا بأمر من النيابة العامة وبواسطة أحد اعضائها .

- ضرورة اخطار مجلس نقابة الصحفين قبل اتخاذ اجراءات التحقيق مع الصحفى بوقت كاف ، ويحضر نقيب الصحفيين أو من ينوب عنه من أعضاء مجلس النقابة التحقيق مع الصحفى.

- عدم استغلال الوثائق والمعلومات والبيانات والأوراق التى يحوزها الصحفى كدليل اتهام ضده فى أى تحقيق جنائى ما لم تكن فى ذاتها موضوعا للتحقيق أو محلا للجريمة.

- عدم معاقبة الصحفى على الطعن - بطرق النشر - فى أعمال موظف عام أو شخص ذى صفة نيابية عامة أو مكلف بخدمة عامة إذا كان النشر قد تم بسلامة نية ولم يتعد أعمال الوظيفة أو النيابة أو الخدمة العامة وبشرط أن يثبت الصحفى كل فعل اسنده إليهم.

وفيما يتصل بالتزامات الصحيفة وواجبات الصحفى يمكن تحديدها - كما وردت فى القانون - على النحو التالى :

التزامات الصحيفة:

أولاً : حسن سير العدالة : وذلك باتاحة الفرصة للمتقاضين أو المتهمين فى محاكمة عادلة وعدم تعبئة الرأى العام ضدهم قبل صدور حكم القضاء ، إذ حددت المادة (٢٣) من القانون الأمور التالية ضمانا لحسن سير العدالة :

- حظر تناول ما تتولاه سلطات التحقيق أو المحاكمة بما يؤثر على صالح التحقيق أو المحاكمة أو مركز من يتناولهم التحقيق أو المحاكمة.

- الالتزام بنشر قرارات النيابة العامة ومنطوق الاحكام التى تصدر فى القضايا التى تناولتها الصحف بالنشر اثناء التحقيق أو المحاكمة وموجز كاف للاسباب التى تقام عليها.

٢ - **حق التصحيح** : إذ نظمت المواد من ٢٤ وحتى ٢٩ شروط استعمال هذا الحق وشروط نشره والاجراءات التى يحق لصاحب الشأن اتخاذه فى حالة امتناع الصحيفة عن نشر تصحيحه.

وكانت شروط استعمال حق التصحيح التى وردت بالقانون هى :

١ - ان يرسل طلب التصحيح إلى الصحيفة بموجب خطاب موصى عليه بعلم الوصول إلى رئيس التحرير مرفقا به المستندات.

٢ - أن يتم ذلك خلال ثلاثين يوما من تاريخ النشر.

٣ - الا تكون الصحيفة قد صححت من تلقاء نفسها.

٤ - الا ينطوى التصحيح على جريمة أو على ما يخالف النظام العام والآداب.

اما شروط نشر التصحيح فكانت :

١ - إن ينشر فى غضون ثلاثة أيام من استلامه أو فى أول عدد يظهر من الصحيفة بجميع طبعاتها.

٢ - إن يكون النشر فى نفس المكان وبنفس الحروف التى نشرت بها المادة الصحفية المطلوب تصحيحها.

٣ - إن يتم النشر بغير مقابل طالما أن التصحيح لم يتجاوز ضعفى مساحة المقال أو الخبر المنشور فإن جاوزه كان للصحيفة المطالبة بمقابل نشر القدر الزائد بسعر تعريفة الاعلان المقررة.

الاجراءات التى يحق لصاحب الشأن اتخاذها فى حالة عدم نشر التصحيح الذى تنطبق عليه الشروط:

١ - جواز اخطار المجلس الأعلى للصحافة بكتاب موصى عليه بعلم الوصول لاتخاذ ما يراه فى شأن نشر التصحيح.

٢ - تحريك الدعوى الجنائية ضد الصحيفة حيث قد تحكم المحكمة بالعقوبة أو التعويض

المدنى ولها أن تأمر بنشر الحكم الصادر بالعقوبة أو التعويض المدنى فى صحيفة يومية واحدة على نفقة الصحيفة المشكو فى حقها ، اضافة إلى نشره بالصحيفة نفسها خلال مدة لا تجاوز ١٥ يوما من تاريخ صدور الحكم.

ثالثاً : حظر قبول الصحيفة لأية تبرعات أو اعانات أو مزايا خاصة من جهات أجنبية مباشرة أو غير مباشرة.

وقد اعتبر القانون أية زيادة فى اجر الاعلانات التى تنشرها هذه الجهات عن الاجور المقررة للاعلان بالصحيفة اعانة غير مباشرة.

رابعاً : الالتزام بنشر ميزانياتها خلال ستة أشهر من انتهاء السنة المالية ، على أن يتولى الجهاز المركزى للمحاسبات مراجعة دفاتر مستندات المؤسسة الصحفية بصفة دورية للتحقق من سلامة ومشروعية اجراءاتها المالية والادارية والقانونية.

وقد سبق الاشارة إلى أهمية هذا الاجراء وضرورته ضمانا لسلامة مصادر تمويل الصحيفة واوجه انفاقها وتحقيقاً للشفافية.

خامساً : الالتزام باخلاقيات الإعلان وعدم تعارضها مع قيم المجتمع واسسه ومبادئه وآدابه العامة والعمل على ضرورة الفصل بين المادة التحريرية والمادة الاعلانية.

واجبات الصحفى:

١ - الالتزام بالدستور والقانون.

٢ - الحفاظ على مبادئ المجتمع ومقوماته ، وأن كان هذا فى رأيى مكانه مواثيق الشرف وليس القانون.

٣ - التمسك بمقتضيات الشرف والأمانة والصدق وآداب المهنة ، وهذا أيضا لا يحتاج إلى تشريع بل يلتزم به الصحفى من خلال ميثاق اخلاقيات المهنة.

٤ - عدم انتهاك حق من حقوق المواطنين أو المساس باحدى حرياتهم.

٥ - الالتزام بميثاق الشرف الصحفى ، ومن الواضح أن المشروع قد أخذ بالنهج الخاص باجبارية أو الزامية مواثيق الشرف ووجود اشكال من العقاب لمن يخالفون ما جاء به من معايير للسلوك المهنى إذ نصت المادة (١٩) من القانون على مؤاخذة الصحفى تأديبياً إذا أخل بواجباته المبينة فى الميثاق.

٦ - الامتناع عن الانحياز إلى الدعوات العنصرية أو الدعوة إلى امتهان الاديان أو كراهيتها أو الطعن فى إيمان الآخرين أو ترويج التميز والاحتكار لأى من طوائف المجتمع.

وهذا أيضا مكانه الطبيعى ميثاق الشرف الصحفى وليس القانون.

٧ - حماية الحق فى الخصوصية بمعنى أن يكون لكل مواطن حياته الخاصة التى من حقه أن تظل بعيدة عن العلانية والتشهير فحياة الناس الخاصة لا تهم الرأى العام ولا تعنى المصلحة العامة بل الخوض فيها يمس حقا مقدسا من حقوق الانسان.

وقد استثنى المشرع من ذلك الحياة الخاصة للمشتغل بالعمل العام أو الشخص ذى الصفة النيابية أو المكلف بخدمة عامة إذا كان تناول حياته الخاصة وثيق الصلة باعمالهم ومستهدفا المصلحة العامة.

٨ - عدم تلقى اعانات حكومية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلا وفقا للقواعد العامة التى يضعها المجلس الأعلى للصحافة.

٩ - عدم جواز الجمع بين عمله الصحفي ومهمة جلب الاعلانات أو الحصول على أى مبالغ مباشرة أو غير مباشرة أو مزايا عن نشر الاعلانات باية صفة.

وهذه مسألة مهمة ، ومن النصوص الجيدة فى هذا القانون.

المجلس الأعلى للصحافة:

ينظم الباب الرابع من القانون أسلوب تشكيل المجلس الاعلى للصحافة واختصاصاته ونظام عمله فى المواد من (٦٧) حتى (٧٩).

١ - تشكيل المجلس الأعلى للصحافة:

يرأس المجلس رئيس مجلس الشورى ويضم فى عضويته رؤساء مجالس ادارات المؤسسات الصحفية القومية ورؤساء تحرير الصحف القومية (مع تمثيل كل مؤسسه برئيس تحرير واحد فى حال تعدد (صحفها) ورؤساد تحرير الصحف الحزبية (اختيار الحزب لرئيس التحرير الذى يمثله فى حالة تعدد صحف الحزب الواحد) ، ونقيب الصحفيين وأربعة من النقباء السابقين ورئيس النقابة العامة للعاملين بالصحافة والطباعة والاعلام وأربعة من الرؤساء السابقين للنقابة أو من

اعضاء النقابة واثنين من اساتذة الصحافة بالجامعات المصرية واثنين من المشتغلين بالقانون يختارهم مجلس الشورى.

اضافة إلى عدد من الشخصيات العامة المهتمة بشئون الصحافة والممثلة لشتى اتجاهات الرأى العام يختارهم مجلس الشورى على ألا يزيد عددهم عن الاعضاء المذكورين سابقا.

ومن الملاحظ أن هناك اختلافا فى تشكيل المجلس عما كان عليه الأمر فى القانون ١٤٨ لسنة ١٩٨٠.

وإن كان التعديل الذى تم للافضل على النحو التالى:

- حذف رئيس مجلس ادارة وكالة انباء الشرق الأوسط لانها تعتبر احدى المؤسسات الصحفية القومية التى اشير لرؤسائها كاعضاء فى المجلس ويعد هذا تكراراً لا مبرر له.
- حذف رئيس الهيئة العامة للاستعلامات ورئيس اتحاد الكتاب.
- اضافة اثنين من اساتذة الصحافة بالجامعات المصرية يختارهما مجلس الشورى تأكيداً لاهمية التعاون والتنسيق مع المؤسسات الاكاديمية.
- اضافة تعبير " أن تكون الشخصيات العامة ممثلة لشتى اتجاهات الرأى العام " وان كان من المهم التوصل إلى معايير محددة لتمثيل هذه الاتجاهات.

وان كان تشكيل المجلس الحالى لا يسمح بتمثيل نوعيات أخرى من الصحف يسمح القانون بصدورها وهى الصحف التى تصدر عن النقابات والاتحادات والهيئات، أو الصحف التى تصدر فى شكل تعاونيات أو شركات مساهمة أو توصية بالأسهم.

٢ - اختصاصات المجلس الأعلى للصحافة:

حددت المادة (٧٠) من القانون ١٨ أختصاصا للمجلس الأعلى للصحافة فضلا عن الاختصاصات الأخرى المنصوص عليها فى القانون نفسه.

وهناك بعض الاختصاصات التى تتفق مع ما كان واردا فى القانون السابق ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ وهى:

- ابداء الرأى فى كافة المشروعات المتعلقة بقوانين الصحافة.
- اتخاذ كل ما من شأنه دعم الصحافة المصرية وتنميتها وتطويرها.

- التنسيق بين المؤسسات الصحفية في المجالات الاقتصادية والإدارية.
- العمل على توفير مستلزمات اصدار الصحف وتذليل جميع العقبات.
- تحديد حصص الورق لدور الصحف وتحديد اسعار الصحف وتحديد اسعار ومساحات الاعلانات للحكومة والهيئات العامة والقطاع العام وقطاع الاعمال بما لا يخل بحق القارئ في المساحة التحريرية وفقا للعرف الدولي .
- حماية العمل الصحفي وكفالة حقوق الصحفيين وضمان اداء واجباتهم.
- انشاء صندوق دعم الصحف.
- ضمان حد أدنى مناسباً لأجور الصحفيين والعاملين بالمؤسسات الصحفية.
- الاذن للصحفي الذي يرغب في العمل بصحيفة أو وكالة أو احدى وسائل الاعلام غير المصرية داخل جمهورية مصر العربية أو في الخارج بعد حصوله على موافقة الجهة التي يعمل بها.

وهناك بعض الاختصاصات التي اضافها القانون الحالي ٩٦ لسنة ١٩٩٦ وهي :

- تشجيع البحث والتطوير في مجالات صناعة الصحافة وفي أوضاع المؤسسات الصحفية المصرية بالتعاون مع المؤسسات الأكاديمية المتخصصة والهيئات الفنية المحلية والعالمية من خلال انشاء مركز للبحوث ومركز للمعلومات.
- التوثيق التاريخي لتطور صناعة الصحافة في مصر.
- التعاون مع المجالس والهيئات المماثلة في العالم وتبادل الخبرات والتجارب في الأمور التي تدخل في اختصاص المجلس.
- التنسيق بين المؤسسات الصحفية في المجالات التكنولوجية وفي مجالات التدريب والتأهيل.
- المتابعة الفعالة للأداء الاقتصادي للمؤسسات الصحفية القومية من خلال دراسة ومناقشة تقارير الإدارة والجهاز المركزي للمحاسبات واتخاذ كل ما من شأنه ضمان حسن الأداء.
- متابعة وتقييم ما تنشره الصحف واصدار تقارير دورية عن مدى التزامها بآداب المهنة وميثاق الشرف الصحفي ، مع الزام الصحف بنشر تلك التقارير.
- ضمان احترام الصحف والصحفيين لحق الرد وحق التصحيح.
- النظر في شكاوى الأفراد ضد الصحف أو الصحفيين فيما يتعلق بالتزام الصحافة بآداب

المهنة وسلوكياتها أو فيما ينشر ماسا بحقوق الأفراد أو حياتهم الخاصة.

- تحديد نسبة مئوية سنوية من حصيلة الاعلانات فى الصحف لصالح صندوقى المعاشات والاعانات بنقابة الصحفيين والنقابة العامة للعاملين بالصحافة والطباعة والإعلام.

- تلقى قرارات لجنة القيد بالنقابة ونتائج انتخابات اعضاء مجلس النقابة والنقيب وقرارات الجمعية العمومية للنقابة.

* ومن الاختصاصات التى تم تعديلها ؛ اختصاص المجلس باصدار ميثاق الشرف الذى تعده نقابة الصحفيين ، فى حين أنه فى القانون السابق كانت مهمة اقرار الميثاق مهمة المجلس نفسه وليس النقابة وهذا من ايجابيات القانون الجديد.

كما أن الغاء دور المجلس فى المساءلات التأديبية للصحفيين والذى كان موجودا فى القانون السابق ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ فى المادة (٤٦) منه أيضا يعد من الأمور الايجابية فى القانون الحالى.

وهناك بعض الملاحظات حول تشكيل المجلس واختصاصاته :

١ - أن المجلس ينتمى لنوعية مجالس الصحافة فى العالم التى تضم فى تشكيلها الصحفيين وناشرى - إذا جاز لنا اعتبار رؤساء مجالس إدارة الموسسات الصحفية ناشرين لصحفهم - وبعض الشخصيات العامة.

٢ - اتفاق المبدأ العام الذى انشئ فى اطاره المجلس - والوارد فى المادة ٦٧ من القانون الحالى - إلى حد كبير مع المبادئ التى قامت عليها معظم مجالس الصحافة فى العالم كهيئة تعمل على تحقيق حرية الصحافة واستقلالها بما يؤكد فعاليتها فى ضمان حق المواطنين فى المعرفة.

٣ - يشترك المجلس الأعلى للصحافة فى مصر مع معظم مجالس الصحافة فى العالم فى بعض الاختصاصات والمهام هى :

- ضمان احترام الصحافة لأخلاقيات المهنة وميثاق الشرف الصحفى.
- العمل على الأرتفاع بمستوى المهنة وتطوير تأهيل الصحفيين وتدريبهم وتشجيع البحوث.
- بحث الشكاوى المتضمنة مساسا بحقوق الأفراد أو كرامتهم واتخاذ القرار المناسب فى ذلك.
- دراسة المشكلات الاقتصادية والادارية والتكولوجية التى تواجه الصحافة والعمل على حلها.

٤ – ان المجلس ينفرد ببعض الاختصاصات التى لا تقوم بها معظم مجالس الصحافة فى العالم من ذلك :

- الترخيص لاصدار الصحف.
- انشاء صندوق لدعم الصحف.
- ضمان حد أدنى لأجور الصحفيين والعاملين بالمؤسسات الصحفية.
- الاذن للصحفيين الذين يرغبون فى العمل فى صحف أو وكالات صحفية أو احدى وسائل الاعلام غير المصرية داخل مصر وخارجها.
- تحديد اسعار ومساحات الاعلانات للحكومة والقطاع العام وقطاع الاعمال بما لا يخل بحق القارئ فى المساحة التحريرية وفقا للعرف الدولى.

٥ – انه فى غالبية مجالس الصحافة فى العالم يكون رئيس المجلس عادة من غير العاملين فى الصحافة كأن يكون قاضيا سابقا أو حاكما لولاية ضمانا لعدالة التحكيم بين الأطراف المتنازعة ، فى حين ان رئيس المجلس الاعلى للصحافة فى مصر هو نفسه رئيس مجلس الشورى وهو إحدى مؤسسات الدولة.

ثالثاً: قانون نقابة الصحفيين:

يتضمن هذا القانون العديد من المواد والبنود التى تنظم عمل الصحفيين فى الصحف المصرية وتجدر الاشارة إلى ان هذا القانون يقصد بالصحف فى تطبيق احكامه :

" الصحف والمجلات وسائر المطبوعات التى تصدر باسم واحد بصفة دورية ويستثنى من ذلك المجلات والصحف والنشرات التى تصدرها الهئيات العامة أو الهيئات العلمية والتنظيمات النقابية والتعاونية " . وكمبدأ عام فانه لا يجور لاى فرد ان يعمل فى الصحافة مالم يكن اسمه مقيدا فى جدول النقابة كما نصت على ذلك المادة (٦٥) من قانون النقابة.

كما أنه محظور على اصحاب ورؤساء مجالس ادارات المؤسسات الصحفية ووكالات الانباء – كما جاء فى المادة (١٠٣) منه ان يعينوا فى إعمالهم الصحفية بصفة دائمة أو مؤقته اشخاصا من غير اعضاء النقابة المقيدين فى جدول المشتغلين أو المنتسبين او تحت التمرين.

ويتكون القانون من ١٢٢ مادة فى خمسة ابواب عل النحو التالى :

الباب الأول:

فى إنشاء النقابة وشروط العضوية: ويتضمن فصلين:

الفصل الأول : خاص بإنشاء النقابة وأهدافها.

وتحددت أهم هذه الأهداف في : العمل على نشر وتعميق الفكر الاشتراكي والقومي بين أعضائها ورفع المستوى العلمي والفكري لأعضاء النقابة ، والعمل على الارتفاع بمستوى المهنة والمحافظة على كرامتها والدفاع عن مصالحها وضمان حرية الصحفيين فى اداء رسالتهم وكفالة حقوقهم وصيانتها فى حالات الفصل والمرض والتعطل والعجز ، والسعى لايجاد عمل لاعضاء النقابة المتعطلين والعمل على مراعاة الالتزام بتقاليد المهنة وأدابها ومبادئها وتسوية المنازعات ذات الصلة بالمهنة والعمل على التقريب بين أعضاء النقابة واعضاء نقابات العمال العاملين فى الصحافة.

وتناول الفصل الثانى : شروط العضوية والقيد فى جداول النقابة وكان من أهم ماتضمنه :

ينشأ فى النقابة جدول يشمل أسماء الصحفيين وتلحق به جداول فرعية للمشتغلين ، وغير المشتغليين ، والمنتسبين ، وتحت التمرين .

يشترط للقيد فى جدول النقابة : أن يكون صحفيا محترفا غير مالك لصحيفة أو وكالة أنباء تعمل فى مصر أو شريكا فى ملكيتها أو مساهما فى رأس مالها وأن يكون مصريا حسن السمعة حاصلاً على مؤهل دراسى عال .

الصحفى المشتغل هو من باشر بصفة أساسية ومنتظمة مهنة الصحافة فى صحيفة يومية أو دورية تطبع فى مصر أو كالة أنباء مصرية أو أجنبية تعمل فيها وكان يتقاضى عن ذلك اجرا ثابتا بشرط ألا يباشر مهنة أخرى.

ويعتبر أيضا صحفيا مشتغلا المحرر المترجم والمحرر والمراجع المحرر الرسام والمحرر المصور والمحرر الخطاط والمراسل إذا كان يتقاضى مرتبا ثابتا.

يسبق القيد فى جدول المشتغلين قضاء فترة تمرين بغير انقطاع وهى سنة لخريجى أقسام الصحافة وسنتان لخريجى باقى الكليات والمعاهد العليا المتعرف بها.

يقيد فى جدول المنتسبين الصحفيون العرب والأجانب المقيمون فى مصر ويعملون فى صحف أو وكالات أنباء تعمل بها ، والذين يسهمون مباشرة فى أعمال الصحافة ولكن دون احتراف المهنة.

الباب الثانى : فى إدارة النقابة ويتضمن ثلاثة فصول :

الفصل الاول :حول الجمعية العمومية ومجلس النقابة ، ومن أهم ما تضمنه :

تؤلف الجمعية العمومية من الأعضاء المقيدين فى جدول المشتغلين.

يشكل مجلس النقابة من النقيب واثنى عشر عضوا ممن لهم حق حضور الجمعية العمومية نصفهم على الأقل ممن لم تتجاوز مدة قيدهم فى جدول المشتغلين خمسة عشر عاما.

تنتخب الجمعية العمومية النقيب وأعضاء مجلس النقابة بالاقتراع السرى العام.

يختار مجلس النقابة برئاسة النقيب فور انتخابه ، وكيلين وسكرتيرا عاما وأمينا للصندوق ويكونون مع النقيب هيئة المكتب.

يختص مجلس النقابة بتسوية المنازعات المهنية بين أعضاء النقابة.

يقوم النقيب بتمثيل النقابة لدى الجهات القضائية والإدارية وله حق التدخل بنفسه أو بمن ينيبه من أعضاء مجلس النقابة فى كل قضية تهم النقابة.

الفصل الثانى : حول النقابات واللجان الفرعية :

أعطى القانون للنقابة أن تشكل نقابة فرعية فى كل محافظة – عدا القاهرة والجيزة – فيها اكثر من ثلاثين صحفيا مشتغلا بقرار من مجلس النقابة.

الفصل الثالث : خاص بالطعن فى القرارات الصادرة من الجمعية العمومية وصحة انعقادها ، حل مجلس النقابة.

الباب الثالث: فى الحقوق والواجبات.

ومن أهم الحقوق :

لا يجوز لأى فرد أن يعمل فى الصحافة مالم يكن مقيدا فى جدول النقابة.

مع عدم الاخلال بحكم المادة (١٣٥) من قانون الإجراءات الجنائية ، لا يجوز القبض على عضو نقابة الصحفيين أو حبسه احتياطيا لما ينسب إليه فى الجرائم المنصوص عليها فى المواد ١٧٩ ، ١٨١ ، ١٨٢ ، ١٨٤ ، ١٨٥ ، ٣٠٣ ، ٣٠٦ من قانون العقوبات بسبب مواد صحفية صدرت عنه اثناء ممارسة المهنة ، وتحرر النيابة العامة فى هذه الحالة محضرا بما حدث تبلغ صورته لمجلس النقابة المادة (٦٧).

وهذه المادة من قانون نقابة الصحفيين والمادة ١٣٥ من قانون الاجراءات الجنائية هما اللتان كانتا قد الغيتا وفقا للقانون رقم ٩٣ لسنة ١٩٩٥.

لا يجوز التحقيق مع عضو النقابة فيما يتصل بعمله الصحفى إلا بمعرفة أحد اعضاء النيابة العامة.

إذا اتهم الصحفى بجناية أو جنحة خاصة بعمله الصحفى فللنقيب أو لرئيس النقابة الفرعية أن يحضر بنفسه أو بمن ينيبه عنه.

ومن اهم الواجبات:

مع عدم الاخلال بحق اقامة الدعوى المدنية أو التأديبية يؤاخذ تأديبيا طبقا لأحكام المادة ٨١ من هذا القانون كل صحفى يخالف الواجبات المنصوص عليها فى هذا القانون أواللائحة الداخلية للنقابة أو لائحة أداب المهنة.

العقوبات التأديبية هى : الانذار والغرامة والمنع من مزاولة المهنة مدة لا تتجاوز سنة وشطب الأسم من جدول النقابة ولا يترتب على ذلك المساس بالمعاش المستحق.

تشكل فى النقابة هيئة تأديب ابتدائية تتكون من عضوين يختارهما المجلس من بين اعضائه واحد النواب بإدارة الفتوى والتشريع لوزارة الارشاد القومى (الاعلام حاليا) وتستأنف قراراتها أمام هيئة تأديب استئنافية.

(*) تم التعديل بالنسبة لهذه الجريمة فى القانون الجديد للصحافة رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ إذا تم استئناؤها .

لمن يصدر ضده قرار تأديبى بشطب اسمه من جدول الصحفيين أن يطلب من لجنة القيد بعد مضى خمس سنوات كاملة على الأقل قيد اسمه فى الجدول مرة أخرى .

الباب الرابع: صندوق المعاشات والإعانات:

وأهم ماورد فيه :

يكون لصندوق معاشات واعانات الصحفيين الشخصية المعنوية ويمثلة النقيب ، ويكون له حساب مستقل فى مصرف يختاره مجلس النقابة.

يدير هذا الصندوق لجنة تشكل من اعضاء هيئة المكتب واثنين يختارهما مجلس النقابة كل سنتين ، احدهما من الأعضاء المشتغلين والآخر من بين أصحاب المعاشات.

الباب الخامس والأخير: عبارة عن أحكام عامة وانتقالية.

من أهمها :

يجب أن يحرر فى ظل أحكام هذا القانون عقد استخدام بين الصحفى وبين المؤسسات الصحفية أو مالك الصحيفة أو من يمثله ويشمل العقد مدة التعاقد ونوع العمل ومكانه والمرتب.

للصحفى الحق فى الحصول على اجازات بأجر كامل شهراً على الأقل فى السنة لمن لم تتجاوز مدة قيده فى جدول النقابة عشر سنوات فإذا زادت كانت الاجازة ٤٥ يوما ، ويوما كل أسبوع ، وسبعة أيام عارضة سنويا ، كما يستحق أجازة مرضية.

إذا انتهى عقد عمل الصحفى احتسبت مكافأة نهاية الخدمة على أساس شهر عن كل سنة من سنوات التعاقد.

لا يجوز للمؤسسات الصحفية أو لمالكى الصحف أو من يمثلونهم أن يكلفوا المحررين بنشر ما يتعرضون به للمسئولية بغير أمر كتابى ، ولا يجوز نقل الصحفى إلى عمل آخر يختلف مع طبيعة مهنته.

وهذا القانون قد مضى على اصداره والعمل به ما يقرب من ثلاثين عاما شهدت البلاد خلالها العديد من التغييرات فى النظام السياسى والاقتصادى والاعلامى اذ تغير النظام السياسى من نظام يقوم على تنظيم سياسى واحد (الاتحاد الاشتراكى) إلى نظام يقوم على التعددية

الحزبية، وأخذ النظام الاقتصادى فى التحول من نظام الاقتصادى الموجه الى نظام الاقتصاد الحر ، وتغير المالك للصحف الكبرى فى مصر وبدأت الصحف الحزبية فى الظهور إلى جانب نوعية جديدة من الصحف المملوكة ملكية خاصة ، هذا كله جعل من الامور المسلمة ان يعاد النظر فى قانون النقابة فى ضوء التطورات الخاصة باعادة تنظيم الصحافة.

وقد كان هذا الامر مطروحا منذ نهاية السبعينيات ، اذ كان من مهام اللجنة التى شكلت فى ذلك الحين باسم " لجنة تقنين الصحافة " دراسة اوضاع المنظمات القائمة على العمل الصحفى وتقتينها لاصدار قانون جديد للصحفيين.

وظلت اللجنة تجتمع منذ ١٦ اغسطس ١٩٧٩ حتى نوفمبر سنة ١٩٧٩ ، ثم توقفت عن الاجتماع وفى ١٢ نوفمبر من السنة نفسها نشرت الصحف ان اللجنة قررت طرح مشروع قانون تنظيم الصحافة على اعضاء نقابة الصحفيين وفى جلسات استماع الشعب لمناقشته قبل تقديمه إلى السلطة التشريعية ، وأنه تم الاتفاق على أن تقوم نقابة الصحفيين بتعديل قانونها الحالى وميثاق الشرف الصحفى دعما لحرية الصحافة وضمانا لاستقلالها .

بل ان التقرير العام للجنة التقنين الصادر فى نوفمبر سنة ١٩٧٩ تضمن مذكرة عن تعديل قانون نقابة الصحفيين فى ضوء التطورات وعلى ضوء التجربة النقابية فى السنوات السابقة ومراجعة المواد الواردة فى القانون مما كان من اختصاص الاتحاد الاشتراكى ومجلس الوزراء وما يستحق التعديل من هذا كله بعد قيام المجلس الأعلى للصحافة .

غير ان التقرير الذى قدمته اللجنة وقتها اهمل وقامت اللجنة الخاصة التى شكلها مجلس الشعب وقتها برئاسة **د. صوفى ابو طالب** باعداد مشروع قانون كامل للصحافة.

ولقد تخوف الصحفيون وقتها من إحراء أية تعديلات فى قانون نقابتهم أو مساس بجدولها خاصة وأن هذه الفترة شهدت شكوى مستمرة من جانب النظام الحاكم وقتها من الصحفيين المصريين الذين يكتبون لصحف أجنبية وكان النظام يلح على النقابة أن تطردهم أو تحيلهم للمعاش مما شكل ازمة فى العلاقة بين النظام ونقابة الصحفيين ، اذ لم تكف الحكومة والرئيس السادات نفسه عن توجيه اللوم للنقابة على تخاذلها فى عقاب هؤلاء الصحفيين.

وبلغت هذه الازمة ذروتها بما تردد حول تحويل النقابة الى ناد اجتماعى للصحفيين مثل نادى القضاة كل دورها تقديم الخدمات والرحلات والانشطة لاعضائها العاملين والمعاشات

لاعضائها المتقاعدين . ويرر الرئيس السادات نفسه ذلك بان الصحافة بقانونها الجديد لم تعد مجرد مهنة تنظمها نقابة بل اصبحت سلطة كالسلطة القضائية.

واثار هذا رد فعل عنيفا وحادا فى الاوساط الصحفية مما ادى الى تراجع النظام الحاكم عن اتخاذ اية اجراءات خاصة بالنقابة .

وبعد ان زالت هذه الازمة وزالت معها مخاوف الصحفيين من المحاولات التى كانت تبذل للمساس بجدول الصحفيين وشطب بعض الاعضاء بسبب آرائهم السياسية فان الحاجة ملحة لتعديل هذا القانون خاصة ما يتعلق بتنظيم القيد وجداوله.

واهم الملاحظات على هذا القانون ما يلى:

١ - ضرورة العمل على زيادة فعالية دور النقابة وسلطتها التأديبية خاصة فى مواجهة القيادات الصحفية.

٢ - أهمية اعادة النظر فى شروط القيد ، وهناك بعض المقترحات فى هذا المجال :

من المهم ان يضاف جدول للصحفيين الجدد من خريجى كلية الاعلام واقسام الصحافة والاعلام فى الجامعات المختلفة يسمح لهم بالانضمام اليه فور تخرجهم وحتى تتاح لهم فرص التعيين تحت التمرين فى صحيفة من الصحف المقصودة بقانون النقابة.

فقد كشفت التجربة العملية ان هؤلاء الخريجين يتعرضون لعمليات استغلال بشعة فقد يقضى بعضهم سنوات يعمل فى احدى الصحف - دون أن يتقاضى مكافاة ثابتة أو يعين تحت التمرين - حتى يتسنى له ان يتقدم للقيد فى جدول التمرين بالنقابة وبعد ان يمضى هذه الفترة - فى كثير من الاحيان يستغنى عنه دون ان تكون له أية حقوق أو تحميه اية جهة أو تدافع عنه.

وفى اعتقادنا ان هذه من مهام نقابة الصحفيين أسوة بالنقابات المهنية الاخرى التى ينضم اليها الخريجون - كل فى تخصصه - فور تخرجهم كنقابة المحامين أو الاطباء أو المهندسين.

وقد يشجع هذا بعض الخريجين - غير القاهريين - على العودة لمحافظاتهم الأصلية للعمل فى صحافتها المحلية ، وهم مطمئنون إلى أنه ستتاح لهم فرص الحصول على عضوية النقابة.

* فتح باب القيد فى النقابة أمام الصحفيين العاملين فى الصحف المحلية الصغيرة بعد استيفائهم شروط القيد اذ أن هذا الامر يخضع احيانا لظروف متغيرة من ذلك على سبيل المثال انه سبق وصدر قرار من لجنة القيد بعدم الاعتراف بهذه الصحف مما دفع خريجى أقسام الصحافة

بالجامعات الأقليمية إلى الامتناع عن العمل بالصحف الصادرة فى محافظاتهم باعتبار انه لا يمكن لهم من خلالها الانضمام للنقابة.

والنتيجة المنطقية لذلك ان بعض هذه الصحف تضطر إلى السماح لبعض غير المؤهلين صحفيا وغير النقابيين للعمل بصحفهم ، وهذا الوضع فضلا عن عدم قانونيته ، فإنه غير مقبول من صحف مطلوب منها أن تؤدى رسالة اجتماعية.

ورغم انه لا يوجد نص فى قانون النقابة يمنع العاملين فى الصحف المحلية من الانضمام للنقابة غير ان الحائل الحقيقى امامهم هو ان بعضهم يعملون فى وظائف اخرى وغير متفرغين للعمل الصحفى – كما اشترط ذلك قانون النقابة.

* ويقتضى هذا اعادة النظر فى الشروط التى وضعها القانون للصحفى المشتغل.

وواقع الامر ان الاوضاع الاقتصادية للصحف المحلية لا تسمح – فى كثير من الاحيان – بتفرغ الصحفيين للعمل بها إذ أن المرتبات التى يحصلون عليها لا تكفى – غالبا – لضمان مستوى معيشى لائق ، مما قد يضطر البعض لقبول وظائف اخرى إلى جانب عملهم الصحفى ونتيجة ذلك ان النقابة لا تقبلهم كاعضاء مشتغلين بها .

وفى اعتقادنا ان هذه المسألة غدت قابلة للنقاش فى ظل الوضع الحالى للمؤسسات الصحفية القومية المملوكة رسميا للدولة ويمارس حقوق الملكية عليها مجلس الشورى إحدى مؤسسات الدولة.

* من الاقتراحات المطروحة ايضا ويمكن دراستها اضافة جدول جديد إلى جداول النقابة يضم العاملين بهذه الصحف والنشرات التى تصدرها الوزارات والمحافظات والهيئات بالقاهرة والاقاليم بشروط معينة تكفل لهؤلاء العاملين ممارسة العمل الصحفى المحلى وحمايتهم من القوانين التى تجرم ممارسة المهنة لغير اعضاء النقابة مع تحصيل اشتراك سنوى منهم أسوة بالاعضاء المنتسبين دون ان تتحمل النقابة اية التزامات ادبية أو اعباء مالية مستقبلية على ان تنتهى عضويتهم بالجدول الجديد بانتهاء عملهم فى الجهة التى تصدر الصحيفه أو النشرة .

* من الامور الجديرة بالمناقشة ايضا اعادة النظر فيما نصت عليه المادة (٥) من قانون النقابة والتى تشترط لقيد الصحفى فى جدول النقابة الا يكون مالكا لصحيفة أو شريكا فى ملكيتها أو مساهما فى رأسمالها إذ ان هذا قد يحول بين الصحفيين والمشاركة فى انشاء شركات

أو جمعيات تعاونية لاصدار صحف جديدة فى الوقت الذى يعد هذا متاحا - ولو نظريا على الاقل - لأى مواطن عادى .

واذا كنا نرى ان بعض نصوص النقابة تعد معوقا لتطور الصحف المحلية الصغيرة غير ان هناك نصوصا ايجابية وضرورية للحفاظ على المهنة ومن ذلك عدم السماح بممارسة مهنة الصحافة لغير اعضاء النقابة ، فالصحافة ليست مجرد حرفة يدوية بل انها مهنة ينبغى ان تكون لها اخلاقياتها وميثاق الشرف الخاص بها كما ان لها دوراً - بشكل أو بآخر - فى التأثير على الرأى العام مما يتطلب ضرورة ان يكون العاملون بها مؤهلين لذلك تأهيلا جيدا وينتمون لنقابة تحميهم وفى الوقت نفسه تحاسبهم اذا اخطأوا أو اساءوا لأخلاقيات المهنة اثناء ممارستهم لمهنتهم.

وينبغى ان نلفت النظر انه ليس معنى ذلك اننا ضد مشاركة الجماهير فى تحرير الصحف بابداء ارائهم ووجهات نظرهم وطرح تعليقاتهم ، فهذه مسألة اخرى ينبغى تشجيعها والتوسع فيها .

وتتيح المادتان (٥٤) ، (٦١) من قانون النقابة الحالى (٣٣) لكل محافظة - خارج القاهرة والجيزة - بها عدد معين من الصحفيين اكثر من ثلاثين صحفيا مشتغلا تشكيل نقابة فرعية بقرار من مجلس النقابة ويكون لهذه النقابات الفرعية الشخصية المعنوية فى حدود اختصاصها وقد يقرر مجلس النقابة انشاء نقابة فرعية واحدة يشمل اختصاصها اكثر من محافظة .

ولا شك ان هذا النص ايجابى وان كان لا يستفيد منه حاليا الا محافظة الاسكندرية ومن حق مجلس النقابة ايضا تشكيل لجنة فى دائرة كل محافظة لا توجد بها نقابة فرعية يبلغ عدد الصحفيين فيها ١٥ عضوا على الاقل.

وخلاصة القول اننا نواجه العديد من التحديات فى هذا العام المتغير فهناك تحدى ثورة تكنولوچيا الاتصال ، وتحدى الاحتكارات الكبرى التى تسيطر بقوة على الصحف ووسائل الاعلام الاليكرونية مما أدى إلى تركيز مصادر التحكم فى المعلومات الدولية ، وتأثير ذلك كله على حرية التعبير عن الرأى ، ومستقبل الصحافة والاعلام ومدى تمتعها بالحرية الحقيقية.

وهذا كله يتطلب مراجعة شاملة للتشريعات والقوانين الخاصة بالصحافة والاعلام وتنقيتها من العوائق القانونية والاجرائية لحرية الصحافة سعيا وراء تحقيق مزيد من التنوع والتعددية.

المصادر والمراجع

١ – جمهورية مصر العربية ، المجلس الاعلى للصحافة ، قانون رقم ٩٦ لسنة بشأن تنظيم الصحافة .

٢ – جمهورية مصر العربية ، المجلس الأعلى للصحافة ، القانون رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ بشأن سلطة الصحافة.

٣ – جمهورية مصر العربية قانون رقم ٧٦ لسنة ١٩٧٠ بانشاء نقابة الصحفيين.

٤ – جمهورية مصر العربية ، الهيئة العامة للاستعلامات ، دستور جمهورية مصر العربية لسنة ١٩٨٠ بعد التعديلات التى تمت الموافقة عليها فى الاستفتاء يوم ٢٢ من مايو سنة ١٩٨٠.

٥ – ليلى عبد المجيد (تقديم د. خليل صابات) سياسات الاتصال فى العالم الثالث ، القاهرة ، الطباعى العربى، ١٩٨٦.

٦ – ليلى عبد المجيد : الصحافة فى الوطن العربى ، القاهرة العربى للنشر والتوزيع ١٩٨٩.

٧ – مجلة (الصحفيون) العدد ٨ ، ١٢ يناير ١٩٩١ تحت عنوان " مناقشات ساخنة فى جلسات الاستماع ".

٨ – مجلة (الصحفيون) ، العدد ١٣ مايو ١٩٩١ ، نص بيان وتوصيات المؤتمر ، ص ص ١٩٦ – ٢٠٠.

٩ – اللجنة العامة لتقنين الصحافة ، لجنة التقنين والصياغة ، بيان التقرير العام للجنة التقنين والصياغة ، نوفمبر ١٩٧٩.

١٠ – رياض رزق الله شمس ، حرية الصحافة وجرائم الصحافة والنشر ، القاهرة ، مطبعة دار الكتب ، ١٩٤٧.

١١ – جمال الدين العطيفى : حرية الصحافة وفق تشريعات ج. م. ع القاهرة ، مطابع الاهرام التجارية ١٩٧٤.

١٢ – اليونسكو ، اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال ، التقرير النهائى ، ١٩٧٩.

١٣ – ليلى عبد المجيد ، تجربة المجلس الاعلى للصحافة فى مصر . دراسة تحليلية وتقويمية ، المجلس الأعلى للصحافة ، ١٩٩٥.

١٤ – كامل زهيرى ، الصحافة بين المنح والمنع ، ملحق الموقف العربى ٢٣٦ ، يوليو ١٩٨٠.

١٥ - د. سليمان جازع الشمرى : الصحافة والقانون فى العالم العربى والولايات المتحدة - القاهرة - الدار الدولية للنشر والتوزيع ١٩٩٢.

١٦ - سعيد الجمل : فى القيود التشريعية الواردة على حرية النشر وموقف القضاء منها فى المؤتمر العام الثالث للصحفيين ، بحث غير منشور.

١٧ - سليمان صالح - التشريعات الاعلامية فى مصر - دراسة تاريخية وتحليلية فى ندوة الممارسة الديمقراطية ودورها فى تطوير الصحافة الاقليمية (١٨ - ٢٠ يناير ١٩٩٤) المجلس الاعلى للصحافة ، بحث غير منشور.

١٨ - مصطفى البرتقالى : ادارة الصحف ومستقبل الصحافة - فى المؤتمر العام الثالث للصحفيين (٥ - ٧ سبتمبر ١٩٩٥ - بحث غير منشور - نقابة الصحفيين).

١٩ - صلاح الدين حافظ : مستقبل الصحافة فى مصر - فى المؤتمر الثالث للصحفيين (٥ - ٧ سبتمبر ١٩٩٥ - بحث غير منشور - نقابة الصحفيين).

٢٠ - سليمان صالح : حرية الصحافة فى مصر دراسة تحليلية نقدية لقانون تنظيم الصحافة رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ - وعد للدراسات والاعلام - ١٩٩٧.

الاتجاهات الحديثة

فى دراسات الصحافة النسائية

أ.د . نجوى كامل



الاهـــداء

استاذتى الحبيبة .. وصديقتى الغالية

د. عواطف

مع حبى وتقديرى

نجوى كامل



مشكلة الدراسة ...

فى إطار الاهتمام الدولى بقضايا المرأة ومشاركتها فى صياغة أنماط جديدة للحياة فى المجتمعات المختلفة وما تبعه من طرح لدور الإعلام وعلاقته بتحسين أوضاع المرأة ، ازداد الاهتمام البحثى الأكاديمى والتطبيقى فى شمال العالم وجنوبه بدراسات المرأة والإعلام وبشكل عام ودراسات الصحافة النسائية بوجه خاص . وتصدت للقيام بهذه الدراسات المنظمات والجامعات ومراكز البحوث الدولية والقومية .

وتعنى هذه الدراسة برصد وتحليل الاتجاهات الحديثة فى دراسات الصحافة النسائية بالتطبيق على عدد من دول الشمال هى **(الولايات المتحدة الأمريكية - المملكة المتحدة - هولندا - اليابان)** وعدد من دول الجنوب ممثله فى **(الصين - أوغند - نيجيريا - المكسيك - مصر)** .

واعتمدت الدراسة المفهوم الشامل لدراسات الصحافة النسائية والذى لا يكتفى بدراسة المجلات النسائية وموضوعات المرأة فى الصحف العامة ويتجاوز ذلك إلى دراسة المرأة الصحفية والجمهور . وقد تبنت الدراسة هذا المفهوم من خلال عمليات المسح فى شبكات المعلومات **(الانترنت ، الشبكة القومية لأكاديمية البحث العلمى)** ومكتبات **(كلية الإعلام ، الجامعة الأمريكية ، المجلس الأعلى للصحافة ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، جامعة الدول العربية مطبوعات اليونسكو)** وذلك باستخدام الكلمات المفتاح (*) (Keywords†) التالية :-

Women's magazines, women's periodicals,women Journalism, Women's press, Feminist's magazines, Feminist's journalism .

وبالبحث فى بطاقات الموضوع (Subject] (**) .

وأكدت نتائج هذا المسح فى هذه الجهات الحديثه ضرورة الأخذ بالمفهوم الشامل فى دراسات الصحافة النسائية باعتباره يقدم نموذجاً للاتجاهات فى تلك الدراسات .

(*) فى التعامل مع شبكة الانترنت ، والشبكة القومية لأكاديمية البحث العلمى ومكتبة الجامعة الأمريكية .

(**) كلية الإعلام ، اليونسكو ، جامعة الدول العربية ، المجلس الأعلى للصحافة ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية .

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن الملامح العامة للدراسات التى أجريت عن الصحافة النسائية فى عدد دول العالم شماله وجنوبه من حيث مناطق الاهتمام الرئيسية والفرعية لهذه الدراسات فى المضامين والجمهور المستهدف والقائمات بالاتصال . والمستجدات فى المصطلحات العلمية المستخدمة فى تناول هذه الجوانب ومجموعة الافتراضات التى تطرحها هذه الدراسات فى مراحلها المختلفة والأساليب والأدوات البحثية التى تستخدمها لاختبار هذه الافتراضات أو للإجابة على التساؤلات .

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الاجابة على التساؤلات التالية :

١ - إلى أى مدى واكبت هذه الدراسات المداخل الجديدة التى طرحتها الوثائق الدولية المعنية بالمرأة وحركات تحرير المرأة من حيث موضوعات الاهتمام والمفاهيم الحديثة فى التعامل مع قضايا المرأة والإعلام .

٢ - ما الأطر النظرية والمنهجية والاجرائية المستخدمة فى دراسات الصحافة النسائية ودورها فى إضافة أبعاد جديدة لهذه الدراسات .

٣ - ما موقع الصحافة النسائية فى مصر من التوجهات العالمية فى هذه الدراسات .

الجوانب المنهجية والاجرائية للدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تتعدي مرحلة الرصد إلى التحليل والتفسير ، وتعتمد على منهج المسح لمضمون دراسات الصحافة النسائية فى فترة الدراسة ، كما تعتمد على المنهج المقارن فى إطار المقارنة بين واقع هذه الدراسات من حيث مجالات الاهتمام المختلفة والبيئات المطبقة فيها ، المقارنة بينها وواقع دراسات الصحافة النسائية فى مصر .

مجتمع الدراسة:

الفترة الزمنية : تتحدد الفترة الزمنية للدراسة فى التسعينيات ، وذلك اتفاقاً مع التوجه المعاصر لمشكلة الدراسة وأهدافها ، وتسمح هذه الفترة الممتدة من عام ١٩٩٠ إلى نهاية عام ١٩٩٧ بتوفير قدر من الدراسات التى يمكن تحليلها والخروج برؤية عامة واضحة لمحددات الاتجاه لهذه الدراسات وتطورها .

الاطار الموضوعى : ويشمل الإنتاج العلمى المنشور فى مجلات علمية ودراسات فى كتب محررة(*) تتناول موضوع الصحافة النسائية بمفهومه الشامل فى الفترة الزمنية للدراسة وفى ضوء المتاح للباحثة من هذه الدراسات .

محاور الدراسة:

فى هذا الاطار المحدد زمنياً وموضوعياً ، ومن خلال المسح الشامل لكافة دراسات الصحافة النسائية التي شكلت مجتمع البحث ، يمكن تقسيم الدراسة وعرض نتائجها وفق محورين رئيسيين هما :-

أولا :- دراسات الصحافة النسائية : الموضوعات والإتجاهات

وتتفرع منه المحاور الفرعية التالية :

١ - مجالات الاهتمام لدراسات المضمون فى الصحافة النسائية .

٢ - مجالات الاهتمام لدراسات المرأة الصحفية .

٣ - مجالات الاهتمام فى دراسات جمهور الصحافة النسائية .

ثانيا : دراسات الصحافة النسائية : الجوانب المنهجية والاجرائية .

(*) مرفق قائمة بالمجلات والكتب التى تم تحليلها فى هذه الدراسة .

نتائج الدراسة

أولاً:- دراسات الصحافة النسائية : الموضوع والإتجاهات

يهتم هذا المحور برصد أهم موضوعات واتجاهات دراسات الصحافة النسائية المعنية بالمضمون والقائم بالاتصال والجمهور وذلك من خلال عرض الملامح العامة لهذه الموضوعات والاتجاهات مجتمعه ، ثم تقديم عرضاً تفصيلياً لنتائج هذه الدراسات (مضمون وقائمات باتصال وجمهور) .

الملامح العامة:

- كشفت القراءة التحليلية لدراسات الصحافة النسائية عن بروز تأثير الحركة النسوية المعروفة بـ (Feminism) على هذه الدراسات . هذه الحركة التى ظهرت للمطالبة بمساواة المرأة مع الرجل فى النواحى السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، فقد أعاد الباحثون المنتمين لهذه الحركة تصنيف مجلات المرأة إلى مجلات تقليدية هى الـ (Women's magazines) ومجلات غير تقليدية (Feminist's magazines)(١) . وقد بنوا هذا التصنيف على أن المجلات الأولى تعتمد فى محتواها على الموضوعات التقليدية للمرأة والتى أطلقوا عليها (4Fs) (٢) وهى (الطعام) Food و (الأسرة) Family و (الموضة) Fashion و (الاثاث) Furniture . فى حين يركز محتوى النوع الثانى من المجلات على الأهداف التى حددها أنصار الحركة النسوية (Feminists) والمتمثلة فى الأجر المتساوى عن نفس العمل ، الدعم القومى لرعاية الطفولة ، الاعتراف بالحق فى الحرية الجنسية ، الاعتراف القانونى بحق الاجهاض ، واعطاء مزيد من الاهتمام لمشكلات الاغتصاب والتحرش الجنسى والعنف ضد المرأة ، والمرأة المنتمية للأقليات(٣).

وأضافت هذه الحركة - والتى تأثرت ببعض مفاهيمها المواثيق الدولية الخاصة بالمرأة(*) - مصطلحات جديدة على الأجندة البحثية لدراسات الصحافة النسائية منها (Gender)(٤) بديلاً عن المرأة و (Gender discrimination) بمعنى التمييز على أساس النوع و (Silent speaker)(٥) ويقصد به المرأة التى لا تستطيع أن تعبر عن نفسها و (Sexual Harassment) (٦) التحرش الجنسى و(Steryo types) بديلاً عن (Image) (٧) وغيرها .

(*) انظر على سبيل المثال وثيقة مؤتمر السكان والتنمية عام ١٩٩٤ ووثيقة مؤتمر بكين ١٩٩٥ .

* وجدير بالذكر أن الباحثين الإعلاميين من دول الجنوب - بالرغم من تأثرهم بما طرحته الحركة النسائية الغربية من مفاهيم حول قضايا المرأة - إلا أن هذا التأثير يتفاوت فى مداه ما بين دول الجنوب بعضها وبعض حسب الأنساق الثقافية وحجم الانفتاح على التيارات الغربية ، ومستوى التغيير الاجتماعى فى تلك المجتمعات والخصوصيات الثقافية بما تمثله من قيم ضابطة.

- اهتم عدد من دراسات الصحافة النسائية بالبحث فى العلاقة بين طرحته الحركة النسوية (Feminism) من أفكار ومفاهيم تتعلق بالمرأة والإعلام وبين ما تقدمه الصحافة النسائية من مضامين وصور بحثاً عن تأثير هذه الحركة ومدى التوافق أو الاختلاف بينهما ، وأصبح أحد معايير تقييم أداء الصحافة إزاء المرأة وقضاياها لدى كثير من الباحثين الغربيين هو هذا التوافق أو الاختلاف[٨] .

وطرح أيضاً فى إطار العلاقة بين الحركة النسوية (Feminism) والصحافة النسائية سؤال حول تأثير الصحافة على الحركة ، وهل تشكل الصحافة النسائية عاملا مساعدا أم معوقا لها ؟ وجاءت الإجابة فى عدة دراسات أن الحركة النسوية نمت وتطورت دون دعم من الإعلام [٩].

- وقد إثرت بعض مفاهيم الحركة النسوية (eminismF) على الصفحات المخصصة للمرأة فى الصحافة العامة ، حيث طرح للنقاش من جانب الباحثات الـ (Feminists) ان وجود مثل هذه الصفحات يمثل نوعاً من التمييز ضد المرأة ، ووصل الأمر ببعض الصحف مثل الواشنطن بوست إلى الغاء صفحة المرأة بها فى فترة ما تمشياً مع توجهات الحركة النسوية فى هذا الشأن [١٠].

- انعكس الاهتمام الدولى بدور الإعلام فى تحسين أوضاع المرأة وانتماء كثير من الباحثات الإعلاميات الغربيات الى الحركه النسوية على زياده الانتاج البحثى الخاص بدراسات المرأة الصحفية كماً ونوعاً - فإلى جانب الزيادة الكمية فى عدد البحوث المقدمة عن المرأة الصحفية ، طرحت قائمة جديدة لموضوعات بحثية تتعلق بحجم تواجدها فى الصحف ، وتأثير هذا التواجد فى المضمون النسائى المقدم ، والمشكلات المتعلقة ببيئة العمل الصحفى الذى تعمل فى إطاره ، وأشكال التمييز التى تتعرض لها الصحفية ، وتكلفة هذا التمييز والتحرش الجنسى بالصحفيات[١١].

- كشف التحليل عن التزايد الواضح فى الاهتمام بدراسات القراء من منظور بحثى جديد يركز على التفاعل بين القارئ والنص الصحفى وذلك سعياً لتضمين رؤية القارئ فيما يقدم من مضامين وبرز ما يسمى بإتجاه التحرك نحو القارئ "The move towards the reader"[١٢].

- كما تم التركيز على دراسة التغيرات التى حدثت فى نوعية الاشباعات التى تحققها قراءة المجلات النسائية « التقليدية » و« غير التقليدية » (١٣).

- كشف التحليل لمجوعة دراسات الصحافة النسائية - وبصفة خاصة الدراسات الغربية - عن التوجه المتزايد نحو تبنى البحوث الجماعية المشتركة التى يقوم بها أكثر من باحث.

- تبرز دراسات دول الجنوب - التى توفرت للباحثة - عن ظهور تيار أساسى يركز على دراسة صورة المرأة فى الصحافة النسائية وربط ملامح هذه الصورة بمكانة المرأة الصحفية بها من ناحية وبدور الإعلام فى تنمية المرأة وزيادة مشاركتها فى الحياة العامة من ناحية ثانية ، وفى ضوء هذا التيار برز اتجاهين أحدهما مازال بعيداً إلى حد ما من حيث الموضوعات عن الربط بين مضامين الصحافة النسائية وتوجهات النسوية (أوغندا - نيجيريا) . أما الاتجاه الآخر - وبحكم قربه الجغرافى والثقافى من دول الشمال (المكسيك) أو بحكم الانفتاح السياسى والاقتصادى (الصين) - إقترب أكثر من التيار السائد فى دول الشمال بالربط بين دراسة مضمون الصحافةالنسائية وتوجهات الحركة النسوية. ومع ذلك فإن هذا الاتجاه قد تنبه إلى ضرورة الأخذ فى الاعتبار الفروق القومية والاقليمية والفردية بين نساء «العالم الأول» و« العالم الثالث » وبين النساء الأغنياء والنساء الفقراء ، وبين اهتمامات المرأة «البيضاء» والمرأة « الملونة » (١٤).

- فى مصر بدأ الاهتمام الأكاديمى بدراسات الصحافة النسائية فى فترة السبعينيات من خلال التأريخ لنشأة وتطور المجلات النسائية . وفى فترة الثمانينيات وتأثراً ببروز قضايا المرأة على المستوى الدولى ، وما فرضته من تواجد على المستوى القطرى الذى انعكس فى الاهتمام ببحث العلاقة بين الإعلام ودوره فى تنمية المرأة ، وقيام جهات بحثية عديدة فى مصر بدراسات حول هذا الموضوع فى الجامعات ومراكز البحوث .. إلا أن معظم هذه الدراسات شغلت فى تلك الفترة بدراسة صورة المرأة "Image of Women" التى تعرض فى مضمون الصحافة النسائية (مجلات متخصصة - وصفحات خاصة بالمرأة) . كما عنيت بدراسة قضايا المرأة التى تعرض فى هذه الصحافة (١٥). ولم تعن فى هذه الفترة إلا دراسة واحدة بالجمهور النسائى وعلاقته بالإعلام(١٦) واختفت من الأجندة البحثية أية دراسات عن المرأة الصحفية.

- وفى التسعينيات سجل التراث العلمى لدراسات الصحافة النسائية إهتماماً أوضح (على قلته من الناحية الكمية) بدراسة العملية الاتصالية بمنظور تكاملى (المضمون - القائم بالاتصال والجمهور) (١٧) وكذلك دراسة العمالة النسائية فى الصحافة المصرية ، والمعوقات التى تواجه المرأة الصحفية فى عملها الصحفى(١٨) .

النتائج التفصيلية:

١ - مجالات الاهتمام الخاصة بموضوعات دراسات الصحافة النسائية المعنية بالمضمون:

من خلال القراءة التحليلية لدراسات الصحافية النسائية المعنية بالمضمون الذى يعرض فى إطاره صورة المرأة وقضاياها ، يتضح أن اهتمام الباحثين توزع فى دراسة الصور النمطية (Steryo types) للمرأة فى الصحافة النسائية ، وبين دراسة المضمون من خلال مداخل حديثة مثل النوع (gender) والتنشئة الاجتماعية (Socialization) والأيديولوجية (Idology) .والتى كانت أكثر وضوحاً فى الدراسات النقدية ، وجميعها تنتمى لاتجاهات مرتبطة بالحركة النسوية (Femi-nism) وأوضحت الدراسات أن كثير من المناقشات تدور حول أهمية هذه المداخل فى دراسات المضمون وذلك فى ضوء الخلفيات الثقافية المتنوعة للباحثين . ونتيجة لذلك فإن عدد من الباحثات المنتميات للحركة النسوية مثل نعومى وولف (Naomi Wolf) والتى يعد كتابها أسطورة الجمال (The Beauty Myth) أحد المرجعيات الأساسية للحركة النسوية فى التسعينيات ، ترى أن المجلات النسائية التقليدية المعنية بأمور الموضة والأزياء والجمال ليست سوى رده تدعم الثقافة الأبوية (Patriarchical culture) من خلال مقاييس جمال محدده . وان انشغال المرأة بجمالها الذى تروج له المجلات النسائية يعد هو السلاح الأخير فى أيدى الرجال للتغلب على المرأة (١٩).

وبصفة عامة فإن معظم الباحثين المنتمين للحركة النسوية يرون أن الإعلام بشكل عام والصحافة النسائية تحديداً مسئولون عن الصورة النمطية التقليدية لدور كل جنس (رجل – امرأة) ومقتنعون فى الوقت نفسه أن القراء لابد أن يتأثرون بهذه المضامين ، والتى تشجع الرجال أن يكونوا أكثر عنفاً وعدواناً ضد المرأة (٢٠).

وبالطبع فإن هذه الأفكار التى تتسم بقدر من التطرف واعتمادها على إدارة صراع (غير واقعى) بين المرأة والرجل ، وسلب كل ميزة من المجلات النسائية ، جعل تيار آخر بدأ صوته يسمع حديثاً ، يطرح تساؤل مهم ، لماذا إذن هذه المجلات النسائية – التى توصف بالتقليدية وانها منبع شرور عديدة – تجد إقبالاً كبيراً من جمهور القراء ؟ وقدم أصحاب هذا التيار الذى يسمى (Post feminizm) أمثلة لهذه المجلات ، بمجلة (Cosmopolitan) ومجلة (Glamour) التى توزع كل منها

ما يزيد على مليونى نسخة ومجلة (Mademoiselle) يقترب توزيعها من مليون وربع مليون نسخة .
وكانت الإجابة التى توصلوا إليها ، ان هذه المجلات مهمة للمرأة وان ما تقدمه من موضوعات حول الجمال والأزياء وغيرها يحقق لها السعادة وانها تمثل مجالاً مهماً لتحقيق رغبات المرأة بشكل مشروع[٢١].

واتهم هؤلا الباحثين المعارضين لأفكار (الحركة النسوية) الباحثات والقارئات من اتباع هذه الحركة (Feminists) بان تعصبهم الفكرى يجعلهم يقدمون تفسيرات تعسفية للمضامين التى يصفونها بالتقليدية.

وقد رد عدد من الباحثين الـ (Feminists) على هذه الاتهامات بطرح تساؤل آخر حول : هل زيادة توزيع المجلات النسائية تعنى بالضرورة الموافقة على المضامين والصور التى تقدمها عن المرأة وما العلاقة بين استمتاع الجمهور بهذه المضامين والصور ، والمفاهيم والأفكار التى تطرحها الحركة النسوية .. ومازالت هذه الأسئلة المطروحة دون إجابات محددة حتى الآن.

– كشفت الدراسات المعنية بمضمون الصحافة النسائية أن جهود الباحثين خلال فترة الثمانينات فى دراسة صورة المرأة فى وسائل الإعلام (Steryo types- images). قد وضعت عدداً من الملامح البارزة لهذه الصور منها ، التركيز على المرأة الصغيرة والجميلة ، المرأة المترددة الخاضعة التابعة ، وواظهارها فى اطار علاقاتها بزوجها وأبنائها ورؤسائها .. كما بينت وجود تشابه ملحوظ فى هذه الصور بين دول الشمال ودول الجنوب[٢٢]. وقام باحثو التسعينيات باعادة إختبار لهذه النتائج فى محاولة للكشف عن تأثير المتغيرات الخاصة بظهور الوثائق الدولية المعنية بقضايا المرأة ، وأيضاً الكشف عن تأثير البحوث التى صدرت فى الثمانينيات فى زيادة وعى المجتمع الصحفى وتشكيل ضغوط عليه لتحسين صورة المرأة التى تعرضها الصحف وتحقيق التوازان فى المجلات النسائية بين الاهتمامات التقليدية ، واهتمامات المرأة العامة ودورها فى المجتمع إلا أن دراسات المضمون والصور المنطية (Steryo types) كشف عن نتائج مغايرة – إلى درجة ما – عن تلك التى توصلت إليها دراسات الثمانينيات ، فرغم التحسن النسبى فى المضامين المقدمة عن المرأة ، إلا أنها من وجهة نظر هؤلاء الباحثين مازالت أقل من المستوى المطلوب.

– اهتمت عدة دراسات بالبحث فى تحيز المضامين الصحفية ضد المرأة خاصة فى المجال السياسى ، حيث توصلت نتائجها إلى وجود تركيز على المرشح الرجل مقارنة بالمرأة ، كما تأكدت النتائج نفسها فى المجال الرياضى حيث تعنى الصحافة بالرجال الرياضيين أكثر من النساء

الرياضيات » وكأنها ترسل رسالة إلى القارئ أن النساء الاتى يحققن بطولات رياضية أقل أهمية من الرجال الذين يحققون هذه البطولات » (٢٣).

– برز اهتمام بدراسة مضمون المجلات النسائية التى تتوجه إلى الفتاه فى سن المراهقة ، بهدف رصد الأفكار والمفاهيم التى تطرحها الحركة النسوية فى هذه المجلات. وتوصلت الدراسة التى أجريت على مجلة (seventeen) أنها على الرغم من انتمائها للمجلات التقليدية التى تعنى بالمودة والجمال إلا أنها تتضمن بعض أفكار الحركة النسوية. كما كشفت دراستان حول القصص المنشورة فى مجلات المراهقات(Teen magazines) أنها تؤكد على أن العلاقة مع الرجل هى فى مقدمة اهتمامات الفتاه المراهقة ، وأنها ليس عليها أن تتصرف أو تفكر أو تحل مشاكلها لأن الآخرين مسئولين عن ذلك ، كما تدعم هذه القصص تقسيم الوظائف على أساس الجنس وتتحيز للمرأة البيضاء (الموديل) (٢٤).

– رصد التحليل العديد من الدراسات المعنية بتحليل مضمون الإعلانات فى المجلات النسائية والخروج بملامح الصورة التى يعرضها هذا المضمون للمرأة ، وحرص بعضها على كشف أنواع الصور الإعلانية التى تنشر فى المجلات النسائية التقليدية وغير التقليدية ومدى توافقها مع أهداف الحركة النسوية (Feminizm) وتوصلت إلى أن أنصار حركة المرأة قد نجحوا فى تغيير صورة المرأة فى الإعلانات ولكن ليس فى كل الاتجاهات ، فبينما انخفض عدد النساء اللآتى ظهرن فى أدوار الأسرة وداخل المنزل ، زاد عدد النساء اللاتى ظهرن كشئ مثير ، أو كديكور للإعلان .. وواصلت الفتيات الشابات السيطرة على الإعلانات(٢٥).

– كشفت التحليل أن دراسات المضمون وتحليل الصورة فى الصحافة النسائية فى دول الجنوب – فى ضوء الدراسات المتاحة – مازال يغلب عليها الطابع التقليدى ، خاصة فى قائمة الموضوعات المدروسة والتى تدور فى معظمها حول علاقة الصحافة النسائية بتنمية المرأة ، وتحليل مضامين المجلات النسائية ودراسة صورة المرأة فى الصحافة العامة والمتخصصة. وتوصلت هذه الدراسات إلى أن المجلات النسائية تدعم النظام الاجتماعى والثقافى الذى يضع المرأة فى مكانة أدنى ، وذلك بالتركيز على أدوارها التقليدية كزوجة وأم ، واهمال قطاعات من النساء مثل المرأة الريفية ، والمرأة المسنة والفتيات فى سن المراهقة مما يدعم من الصورة السلبية عن المرأة وعن

قدراتها فى المشاركة فى تنمية مجتمعاتها وتطرح هذه الدراسات بدائل لتحسين هذه الصورة منها الربط بين زيادة التواجد النسائى فى الصحافة وبين خلق أدوار جديدة لهذه الصحف فى تغيير المفاهيم المرتبطة بوضعية المرأة والاعتماد على النساء كمصادر مهمة للأخبار ، بحيث يكون ما يفكر فيه النساء وما يقدمونه من آراء مادة صحفية مهمة (٢٦). وحرصت بعض الدراسات فى دول الجنوب على تحليل مضامين المجلات النسائية التى يصدرها أنصار الحركة النسوية. وذلك بهدف بحث استراتيجيتهم لترويج فكر الحركة والأنشطة التى يقومون بها من خلال هذه المجلات ، توصلت دراسة أجريت فى المكسيك حول هذا الموضوع أن كثيراً ما تتعرض هذه المجلات للنقد بسبب ما تطرحه من أفكار مما يودى إلى تغيير سياستها التحريرية . ويتبع ذلك امتناع المدافعات عن الحركة عن قراءتها بحجة أنها تنشر آراء يمكن أن يجدها النساء فى المجلات الأخرى ، أو لأنها تتبنى المواقف الرسمية (٢٧).

٢ - مجالات الاهتمام الخاصة بموضوعات دراسات الصحافة النسائية المعنية بالمرأة الصحفية:

– تعد المرأة أحد أهم الموضوعات المطروحة فى الأچندة البحثية على المستوى العالمى خاصة ما يتعلق منها بحجم العمالة الصحفية النسائية لذا ظهرت عديد من الدراسات تدور موضوعاتها حول نسبة تواجد المرأة الصحفية فى العمل الصحفى بشكل عام وأقسام بعينها (قسم الأخبار) بشكل خاص(٢٨).

إلا أن اتجاهاً جديداً فى دراسات المرأة الصحفية برز منذ نهاية الثمانينيات لا يهتم كثيراً بالتواجد الكمى للمرأة الصحفية ، ويميل إلى الاهتمام بتحليل معيشة هؤلاء الصحفيات وأنماط حياتهن تحليلاً إجتماعياً وثقافياً . ويسعى إلى دراسة عوامل أخرى مؤثره مثل الطبقة والعرق وتأثير الأسرة والأصدقاء وشبكة العلاقات المهنية على المستقبل المهنى للمرأة الصحفية . ويرى المعنيون بهذه الدراسات أن ذلك أكثر جدوى من التركيز على توفير المعلومات والبيانات عن عمالة المرأة فى الصحافة ونسبة تمثيلها فى قوة العمل الصحفى داخل المؤسسات الصحفية (٢٩).

– ومن هنا كان التساؤل الرئيسى للعديد من الدراسات يدور حول : هل زيادة مشاركة المرأة فى العمل الصحفى تؤدى إلى تغيير فى المضامين والسياسات وتقديم صورة أكثر واقعية عن المرأة،

خاصة مع وصول عدد من الصحفيات إلى المناصب القيادية ومن ثم زيادة تأثيرهن فى إنتاج القرارات داخل المؤسسات الصحفية (٣٠).

واختلفت نتائج الدراسات التى تصدت للإجابة على هذا التساؤل، حيث وصل أكثرها إلى أن الجهود الرامية إلى زيادة أعداد النساء الصحفيات لن يؤدى إلى تحسين صورة المرأة فى المضامين المقدمة عنها، وأرجعوا ذلك إلى عدة أسباب منها : أن هذه الجهود تتجاهل البنية الثقافية الأبوية التى نشأت فى ظلها هؤلاء الصحفيات(٣١). وأن النساء الصحفيات لا يستطعن التعبير بحرية عن آرائهن وخبراتهن(٣٢). وانهن يعملن داخل السلطة « الذكورية » فى الصحف التى يعملن بها، وأن الصورة السلبية التى تقدم عن المرأة فى الصحافة يتم إنتاجها بواسطة النساء أنفسهن (٣٣). وان تغيير هذه الصورة يستلزم أن تكون الصحفيات مؤمنات بأهداف الحركة النسوية (Feminists) وأن يقتنعن بأهمية دورهن فى إحداث تغيرات جذرية فى المضامين والصور المقدمة عن المرأة. وانتقدت احدى الدراسات توقعات الباحثين فى أن تؤثر زيادة أعداد الصحفيات تأثيراً إيجابياً بحيث تقدم الصحافة صوراً أكثر انصافا للمرأة وأرجعت ذلك إلى أن المرأة الصحفية مضطرة للتعاون مع زملائها، وأنها تخضع بالضرورة لنظام عمل وتراث المؤسسة الصحفية بمحدداته الاقتصادية والقانونية والاجتماعية، ومن ثم فهى غير قادرة على احداث التغيير المنشود (٣٤).

أما الاتجاه الآخر فقد تبنى فكرة أن زيادة تواجد الصحفيات يؤدى إلى تحسين الصورة التى تقدم عن المرأة وتطرح موضوعات جديدة (٣٥). وقد بررت الباحثة كاى مايلز (Kay Milles) هذه النتجة بإجرائها دراسة للصفحة الأولى فى جريدة (نيويورك تايمز) خلال يناير وفبراير ١٩٩٤. والصفحة الأولى للصحيفة نفسها خلال شهرين يناير وفبراير ١٩٦٤، بهدف التوصل إلى التغيرات التى حدثت فى مضمون الصفحة. وتوصلت إلى زيادة فى الموضوعات الخاصة بالمرأة عام ١٩٩٤ عنها عام ١٩٦٤ وتدور هذه الموضوعات حول الخصوبة والعناية بكبار السن والتحرش الجنسى واستغلال النساء وغيرها .. وأرجعت هذه الزيادة ونوعيتها إلى تزايد أعداد المرأة الصحفية ووصول بعضهن إلى المناصب القيادية فى الصحيفة. وأكدت (مايلز) ان كثيرا من الصحفيات فزن بجائزة بوليتزر (Pulitzer) عن موضوعات « لوكن كتبنها منذ عقد أوعقدين لتم دفنهن أحياء فى الصحيفة » ذلك مثل موضوعات، الاغتصاب وسوء معاملة الأطفال والعنف الموجه ضد النساء وغيرها .

وتفسر (مايلز) هذه النتائج بأن تغير المناخ الصحفى سمح للمرأة الصحفية وبعض الصحفيين الرجال أن يشكوا جماعات ضغط داخل صحفهم من أجل اعطاء مزيد من الاهتمام الصحفى بقضايا المرأة (٣٦).

وأشارت جودريك (Goodrick) في دراستها عن أثر التواجد النسائى على عمق التغطية الخبرية أن المرأة الصحفية تكون أكثر حماساً فى تناول الموضوعات التى تخص المرأة (٣٧).

– اهتمت عدة دارسات بالمعوقات المرتبطة ببيئة العمل الصحفى التى تعترض المرأة الصحفية وتقلل فرصها فى اثبات وجودها مهنياً والوصول إلى المناصب القيادة ، كما تعرضت بعض الدراسات لأنماط التمييز ضد المرأة والذى يتخذ أشكالاً مختلفة. واتفقت غالبية هذه الدراسات على أن أبرز المشكلات التى تعانى منها المرأة الصحفية ، هى أنه لا ينظر إليها من جانب رؤسائها وزملائها بجدية ، فتظل فى محاولات دائبة لاثبات وجودها وقدراتها لمجرد أنهاامرأة . وفى دراسة أجرتها الرابطة الدولية للصحفيين عام ١٩٩٢ ، وغطت ١٠ دول فى أوروبا وشمال أمريكا وآسيا وافريقيا وتوصلت فيها كات هولمان (Kate Holman) إلى أن ٥٦٪ من الصحفيين الممثلين فى العينة يعتقدون أن المرأة الصحفية تفضل أن تعالج الموضوعات الخفيفة مثل الاهتمامات الانسانية والموضوعات الاجتماعية ، وانها غالباً ما تبتعد عن الموضوعات الجادة مثل الاقتصاد والأخبار الخارجية (٣٨).

ومادامت المرأة الصحفية ليست سوى إمرأة فى نظر البعض ، فإن فرص تعرضها للتحرش الجنسى تزداد ، وقد انعكس هذا فى اهتمام عدة دراسات بهذه القضية ، توصلت إلى أن التحرش الجنسى يمث مشكلة كبيرة للسيدات المشتغلات فى الصحف اليومية الأمريكية – كما ذكر عدد من الصحفيات – أنهن تعرضن لتجربة التحرش الجنسى عدة مرات والذى يتدرج من توجيه الألفاظ غير اللائقة إلى الاعتداء الجنسى(٣٩).

– أما التمييز ضد المرأة الصحفية فيأخذ أشكالاً متعددة كما كشفت عنه عدة دراسات منها افتقارهن الفرصة المتساوية فى مكان العمل وفى الأجر وفى الترقى مما أدى إلى ندرة وجود رأة الصحفية فى المراكزالقيادية وفى بعض الأقسام ، خاصة قسم الأخبار(٤٠). وكشفت دراسة شيلدرز (Childers) وآخرون عن التمييز ضد المرأة الصحفية فى الأجر عن نفس الوظيفة ، أن المرأة لصحفية فى الجرائد الأمريكية تتقاضى ٩٢ سنت من كل دولار يدفع لزميلها الصحفى فى

نفس مستوى الوظيفة .. فمتوسط دخل المرأة الصحفية عام ١٩٩١ ٢٨,٧٥٠ دولار بينما الرجال فى نفس مستوى الخبرة يصل دخلهم إلى ٣٤,٨٠٨ دولار. وأكدت هذه الدراسة أن التفرقة فى الأجر بين المرأة الصحفية وزميلها الرجل تزيد فى الصحف المتوسطة والكبيرة عنها فى الصحف الصغيرة حيث الأجر الأقل للمرأة لصالح الرجل الأقل موهبة والأقل خبرة ، كما أشارت الدراسة إلى مجال آخر من مجالات التمييز يتعلق بتحديد نوعية الوظيفة والتخصص الذى يتم على أساس (النوع) وليس على أساس الموهبة والخبرة (٤١).

أما دراسة ويفر (Weaves) عن النساء الصحفيات ، فقد أكدت أنه مع تساوى الصحفيين والصحفيات فى التعليم والسن والخبرة فإن الفرق فى الدخول بين الرجل والمرأة يبدأ فى الانخفاض ، ولكن حجرة الأخبار مازالت تحكم بالرجال . أثبتت عدة دراسات أخرى أجريت فى فترة التسعينيات بتمويل من اليونسكو فى كل من فنلندة وألمانيا ونيوزلنده وأسبانيا وتونس والولايات المتحدة عن معاناة الصحفيات فى تلك البلاد من الاختلاف فى الأجر عن العمل نفسه(٤٣).

وأثار التمييز ضد الصحفيات تساؤل طرحته (Childers) حول تكلفة التمييز ضد المرأة والمتمثل فى : تكلفة ترك الوظيفة (employee turn over) إما للذهاب لجريدة أخرى أو العمل فى مجال آخر غير الصحافة مما يؤدى إلى فقدان صحفيات ذوات خبرة وموهبة . كما أنه ونتيجة للتمييز والضغوط فإن المستمرات فى العمل ، سوف يكون إنتاجهن الصحفى أقل وروحهن المعنوية منخفضة ويكن أكثر تعرضاً للاصابة بالأمراض والغياب عن العمل(٤٤).

– حرصت بعض الدراسات فى اطار تناولها للمعوقات التى تعترض المرأة الصحفية أن تعرض لموضوع الدور المزدوج للمرأة الصحفية أو التعارض الذى قد ينشأ بين المسئوليات العائلية لها ، وطبيعة العمل الصحفى الذى يتسم بعدم انتظام مواعيده ، حيث ذكرت احدى هذه الدراسات « أن العمل الصحفى مثل عمل الأم لا ينتهى » . ومع عدم اهتمام المؤسسات الصحفية بتقديم تسهيلات للعناية بالطفل مما يؤدى إلى اجبار الأم الصحفية إلى الاختيار بين مستقبلها المهنى وبين مسئولياتها نحو أطفالها . مما يجعل المساواه الحقيقية بين المرأة الصحفية وزميلها مستحيلة (٤٥).

– عرضت بعض الدراسات لموضوع تأثير نوع الصحفى (رجل أو امرأة) على تغطية الموضوعات الصحفية . بهدف التعرف على « حساسية » المرأة الصحفية نحو موضوعات معينة والاختلاف بينها وبين الرجل الصحفى فى تغطية هذه الموضوعات . وتوصلت إلى أن المرأة

الصحفية تختلف عن الصحفى الرجل فى اتجاهاتها نحو أهمية موضوعى رعاية الطفل ، والمساواة فى الأجر . حيث كانت الصحفيات أكثر اهتماماً بالموضوع الأول من الرجال من الناحية الكمية والنوعية ، كما أنهن أقل اهتماماً من الرجال بالموضوع الثانى من الناحية الكمية .. إلا أنهن عندما يتناولن هذا الموضوع يكن أكثر حماساً من الرجال وتهتم المرأة الصحفية بعناصر مختلفة فى القصص الخبرية حيث تعنى بالإجابة على تساؤلات لا تثير اهتمام زميلها الصحفى (٤٦).

– تتمثل دراسات الجنوب المعنية بالمرأة الصحفية < العينة المدروسة > فى كل من نيجيريا ومصر ، حيث أن باقى البحوث المنتمية إلى هذه المنطقة اكتفت بتحليل المضامين الصحفية ولم تعن بمنتج المادة الصحفية رجلاً أو امرأة . ففى نيجيريا ركزت الدراسة على الأوضاع المتردية للمرأة الصحفية واقصائها عن مراكز صنع القرار فى المؤسسات الصحفية (٤٧). أما فى مصر فقد أجريت ٤ دراسات خلال الفترة من ١٩٨٩ إلى ١٩٩٧ عن القائمات بالاتصال وعلاقتهن بقضايا المرأة المقدمة فى الصحافة وصورة المرأة المصرية لديهن وتصوراتهن عن كيفية مشاركة الصحافة النسائية (مجلات نسائية – وصفحات متخصصة فى صحف عامة) فى دمج المرأة فى عملية التنمية (٤٨). فى حين عنيت الدراستان الأخريتان ببحث أوضاع المرأة الصحفية فى الصحافة المصرية بالنسبة لحجم عمالتهن فى الصحافة والوظائف التى يتقلدنها . والمعوقات المهنية والاجتماعية والنفسية التى يتعرض لها أثناء وبسبب مزاولتهن لمهنة الصحافة (٤٩).

– يلاحظ أن الدراستين الأخيرتين يتفقان مع ما تطرحه الأجندة البحثية فى دول الشمال من ناحية الاهتمام بالتواجد الكمى للنساء فى الصحافة والمعوقات الخاصة ببيئة العمل الصحفى والظروف المجتمعية التى تعيشها المرأة الصحفية . إلا أن طبيعة المعوقات التى توصلت إليها الدراسة المصرية تختلف جذرياً فى بعض جوانبها عما كشفت عنه الدراسات الغربية فيما يتعلق بالمعوقات التى تعترض المرأة الصحفية فى دول الشمال ، فمشكلة مثل التحرش الجنسى والتمييز فى الأجر عن نفس العمل والتى تمثل مشكلات حادة للمرأة الصحفية الغربية ، لا نجد لها أثراً بالنسبة للمشكلات التى تعانى منها المرأة الصحفية المصرية .. وهذا طبيعى فى ضوء النسق الثقافى المصرى والذى يستمد أصوله من قيمنا الإسلامية والعربية ، كما أنه فى حالة وجود مثل هذه المشكلات فإن الصحفيات المصريات يتحرجن من الحديث فيها ..

٣ - مجالات الاهتمام الخاصة بموضوعات دراسات جمهور الصحافة النسائية:

- كشفت التحليل عن تأثير واضح للحركة النسوية (Feminism) على بروز الاهتمام بدراسات جمهور المجلات النسائية بين الباحثات المنتميات لهذه الحركة (Feminists)خاصة فى التسعينيات . حيث يرون أن هذا النوع من الدراسات يساعدهن فى رفع الوعى بين الجمهور النسائى بطبيعة المضامين المقدمة فى المجلات النسائية إذ أنها من وجهة نظرهن لا تروج سوى لإبقاء النساء فى مكانة متدنية . ومن ثم يستدعى هذا دراسة الجمهور ، حتى يستطيع أن يتفهم المضامين التى تشكل وعياً زائفاً وبالتالى عدم التأثر بما تنشره من مفاهيم تدعم الثقافة « الأبوية» . لذا طالبت هؤلاء الباحثات بأهمية تعليم الجمهور فهم المعانى المتضمنة داخل النصوص .

وجدير بالذكر أن موقف الباحثات الـ (Feminists) من دراسات الجمهور قد تغير كثيراً خلال العقود الثلاثة الماضية ، ففى الستينيات والسبعينيات كان هناك اهمالاً ورفضاً بين هؤلاء الباحثات لدراسات جمهور الصحافة النسائية بحجة أن المجلات النسائية لا تنشر سوى المضامين التى تدعم بقاء المرأة فى المنزل (Belly Fridan,1963) وأنها تؤكد على صورة المرأة السلبية (Tuchman,1978) ومن ثم فإن القراء تتم تنشئتهم إجتماعياً من خلال هذه المجلات ، على أن يروا الحياة وفقاً للمفاهيم والأولويات التى تتبناها هذه المجلات ، وفى ضوء ذلك فإن آراء القراء وتصوراتهم بشأن هذه المجلات معروفة مسبقاً ولا توجد حاجة إلى دراسات للتعرف عليها ، وفى الثمانينيات ومع بروز ما يسمى بالثقافة الشعبية (Popular Culture) واحترام فكرة استمتاع القارئ وسروره . ومع ظهور ما بعد البنيويه (Post STructuralism)(*) وما بعد النسوية (femi-Post nis) ، أصبح مطروحا الاهتمام بدراسات الجمهور . كان بدايته فى اطار (الثقافة الشعبية) للتعرف على كيف يجد القراء سعادتهم فى النصوص واضطر الباحثون الـ (Feminsts) إلى تغيير مواقفهم من بحوث الجمهور ، وشهد التسعينيات كما سبق أن ذكرنا اسهامهم فى هذه الدراسات بالتركيز على جمهور الصحافة النسائية .

- وبصفة عامة أصبح مطروحاً فى دراسات الصحافة النسائية أهمية التركيز على قراء المجلات النسائية . وأخذ توقعاتهم وخبراتهم فى الاعتبار(٥٠). ودراسة علاقة التفاعل بين القراء والمضمون من وجهة نظر القراء .

- كشفت التحليل عن رفض عدد من الباحثين للنتائج التى توصل إليها الباحثون الـ (Feminists) فى دراستهم لجمهور الصحافة النسائية ، وقد بررن ذلك بأن الصورة النخبوية والنمطية و « الافتراء » على المجلات النسائية الذى يشكل السمة الغالبة فى دراسات الـ (Feminists) قد انعكس فى مستوى تقدير الجمهور النسائى لأهمية هذه المجلات ، رغم استمتاعهن بقراءة الموضوعات المنشورة فيها(٥١).

- اهتمت عدة دراسات برصد دوافع استخدام المجلات النسائية بقرائها ، وتوصلت نتائجها إلى اختلاف فى الاشباعات التى تحققها هذه المجلات وفقاً لنوعيتها وطبيعة جمهورها والبيئة التى تصدر فيه ، وأهدافها . وقد رصدت احدى هذه الدراسات الاشباعات التى تتحقق من جراء استخدام المجلات النسائية الهولندية من وجهة نظر قرائها ، وقد صنفتها إلى مجلات تقليدية (Women's Magazines) ومجلات تعبر عن الحركة النسوية (Feminists Magazines) ومجلات « النميمة » (Gossip Magazines) التى عدتها ضمن المجلات النسائية لان معظم قرائها من النساء . وتوصلت إلى أن أهم الاشباعات التى تحققها المجلات التقليدية لقرائها (الراحة ، التعلم ، ملء وقت الفراغ ، التسلية) وأن أهم أسباب القراءة هو أن هذه المجلات لا تؤثر كثيراً فى مسئوليات القارئة أو واجباتها ولا تؤثر فى برنامج المرأة أو جدولها . كما أن هذه المجلات تعطى القارئة احساساً بالثقة (غالباً غير واقعى) فى قدرتها على التحكم فى حياتها واستعدادها لتقبل أى مفاجآت مما يعطى شعوراً بالرضا .

وفى دراسة مجلة "Opzig" الهولندية المعبرة عن الحركة النسوية ، تم التعرض فيها لنشأة المجلة وتطوراتها وملامحها وجمهورها وخصائصه ومضامين المجلة ، وتوصلت إلى أن كثيراً من قارئات المجلة أنكرن انتمائهن للحركة النسوية وبررت الدراسة ذلك بأن الحركة النسوية ونوادى المرأة ينظر إليها بين قطاعات عريضة من القراء على أنها حركة متطرفة وغير أخلاقية ، أما بالنسبة لقائمة الاشباعات التى تحققها هذه المجلة لقرائها ، نجد أنه اختفى منها (السهولة والراحة) ليحل محلها (الحرية الفردية والشعور بالتفوق وغيرها) .

ورصدت الدراسة بعض المجلات الخاصة « بالنميمة » وعرضت لأنواعها وتوصلت إلى أن أهم الاشباعات التى تحققها هى (امتلاك القوة ، الشعور بالانتصار ...) وذلك نتيجة لما تنشره هذه المجلات من قصص وفضائح للمشهورين والعائلات الملكية (٥٢).

- وفى هذا الاطار أجريت دراستان عن قراء المجلات النسائية اليابانية هدفت الأولى إلى التعرف على الاشباعات التى تحققها مجلة"Katei Gaho" وترجمتها بالانجليزية (House Hold Graphics) والمتخصصة فى كل ما يتعلق بأمور الطهى والديكور وتتوجه إلى جمهور من النساء الناضجات القادرات مادياً . وتوصلت الدراسة إلى أن أهمية المجلة بالنسبة لقرائها تنبع من « استمتاع » المرأة بما تقدمه لها من موضوعات والذى هو فى جزء منه استمتاع بوهم الهروب من الأهداف التى لا تستطيع القارئة أن تحققها فى كثير من مجالات الحياة الاجتماعية(٥٣).

وأجريت الدراسة الثانية على قراء ٨ مجلات يابانية نسائية تتوجه إلى جمهور النساء غير المتزوجات (Single Women) وتوصلت الدراسة إلى أن المجلات والشابات يتبادلن مفاهيم مشتركة حول الاستقلال عن الحياة الزوجية ، وعلى الرغم من أن هذه المجلات تركز على العلاقات مع النفس والأصدقاء فإن النسق القيمى اليابانى يجعل المرأة غير المتزوجة أكثر ارتباطاً بمحيط أسرتها ورؤسائها فى العمل ومدرسيها القدامى أى بالنظام الاجتماعى الذى تعودت عليه (٥٤).

- بحثت أحدى الدراسات فى تأثير الصورة النمطية للمرأة فى الإعلانات المنشورة فى المجلات النسائية على تكوين الصور الذهنية حول دور المرأة لدى جمهور من طلاب المدارس الثانوية (بنين وبنات) وتوصلت الدراسة التجريبية إلى أن التعرض للإعلانات التى تركز على الصور التقليدية لأدوار المرأة تقوى احساس الطلاب بالتمييز بين الرجل والمرأة ، وأن التعرض للصورة الإيجابية أو السلبية للمرأة يؤثر فى قناعات وتوقعات الجمهور بالنسبة للحقيقة الاجتماعية فوراً وعقب التعرض لها (٥٥).

- كشف تحليل دراسات دول الجنوب ، عن أن بحوث الصحافة النسائية مازالت تدور بشكل أساسى حول المضامين ، ويكاد يختفى من اهتماماتها دراسات الجمهور القارئ لهذه الصحافة ، والوضع فى مصر لا يختلف كثيراً حيث ما تزال هناك ندرة فى بحوث قراء الصحف بوجه عام والصحافة النسائية بشكل خاص . ومع ذلك فإن هناك قناعة سائدة بين عدد كبير من الباحثين المصريين والمعنيين بصحافة المرأة على وجه التحديد بأنه لا يمكن تطوير الأداء الصحفى فيما يتعلق بقضايا المرأة دون أن نتعرف على احتياجات هذا الجمهور اتفاقاً مع الاتجاهات الحديثة فى تضمين رؤية القارئ فى الاعتبار وهو ما سعت إلية الدراسة التى قام بها قسم الصحافة بكلية الإعلام ، بعنوان « **المرأة المصرية والإعلام فى الريف والحضر**» بهدف الوقوف على

تغلغل وسائل الإعلام الجماهيرى بين الفئات المختلفة للنساء وعلاقة هذه الوسائل بأنماط الاتصال الأخرى في الريف والحضر ، ولتحقيق هذه الأهداف ، تم تطبيق الدراسة على عينة من النساء المصريات فى قريتين ومركز حضرى(٥٦) . ومع أهمية هذه الدراسة إلا أنه مازال هناك قصور كمى ونوعى فى دراسات جمهور الصحافة النسائية ، مما يستدعى تضافر جهود الباحثين - المهتمين بالصحافة المتخصصة على الوجه العموم والصحافة النسائية تحديداً - لدراسة جمهور الصحافة النسائية والتعرف على الاشباعات التى تتحقق لدى هذا الجمهور من قراءة المجلات والصفحات النسائية ودورها فى تحديد أولويات الجمهور ، وتغيير الصورة التقليدية لدى النفس ولدى الآخرين .

ثانيا: دراسات الصحافة النسائية : الجوانب المنهجية والاجرائية :

- تقع بحوث الصحافة النسائية ضمن الدراسات التى تتداخل فيها العديد من الأطر النظرية والمنهجية (Interdisiplinary) . خاصة بعد ما أفرزته الحركة النسوية (Feminism) من تأثيرات على طبيعة الموضوعات والأدوات البحثية التى تعمتد عليها مما أدى إلى ظهور ما يسمى (المنهج السنوى) (Feminist Methodolgy) والذى يركز على العلاقة بين الدراسات النسائية (يقوم بها نساء أو تجرى عن أو على النساء) والحركة النسوية .

وفى ضوء هذا « المنهج » فإن موضوعات البحوث التى تعتمد عليه يجب أن تتحدد بالمتطلبات الاستراتيجية والنوعية لحركة المرأة .

وقد أثارت هذه الأفكار مناقشات حادة منذ أواخر السبعينيات حيث لم تحظ بالتأييد الكامل من الباحثين الذين أثاروا تساؤات حول : هل هناك بالفعل « منهج » للدراسات النسوية ؟ وما العلاقة بينه وبين المناهج الأخرى ؟ وظلت هذه التساؤلات دون إجابة إلا أنها طرحت أهمية تنمية وخلق مناهج وأدوات جديدة فى دراسات الصحافة النسائية إلى جانب المناهج والأدوات التقليدية المتعارف عليها (٥٧) .

- قدم الاتجاه النقدى المعارض للحركة النسوية والذى يعبر عنه بـ (Post Feminism) رؤية لمداخل نظرية مختلفة فى دراسة المرأة والإعلام ، قامت على نقد المداخل النفسية والتحليل النفسى والمداخل الاجتماعية والثقافية . وقدمت الباحثة ميرا ماكدونالد (Myra Macdonald) المنتمية لتيار (Post Feminis) دراسة شاملة لهذه المداخل المستخدمة فى دراسات الـ(Feminism) مفندة قدرة

كل منها على تقديم تحليل واقعى لعلاقة المرأة بالإعلام ، واقترحت ماكدونالد تبنى مدخل الحداثة (Modernism) والبنيوية (Structuralism) وما بعد النيوية (Post structuralism) والتفكيك (Deconstruction). وذلك بالاهتمام بدراسة النص والدلالات التى يعبر عنها فى ضوء الواقع السياسى والاقصادى والاجتماعى للمتلقى ، ومن وجهة نظرها فإن ذلك يقدم نظرية ثقافية تزود الباحثين باطار عمل فى دارسات تمثيل المرأة فى وسائل الإعلام (Representation of Gender) (٥٨) .

- كشف تحليل دراسات الصحافة النسائية ان معظمها يقع ضمن الدراسات الوصفية بمستوياتها التحليلية والتفسيرية التى تعتمد على الطرق الكمية والكيفية لتقديم شروح للظواهر التى تتعرض لها هذه الدراسات، فى حين أن الدراسات االتجريبيه مازالت قليلة (٥٩) .

- يلاحظ ندرة اعتماد الدراسات التى أخضعناها للتحليل على المداخل النظرية فى وضع فروضها البحثية مقارنة باعتمادها على نتائج الدراسات السابقة فى موضوع الدراسة فى وضع هذه القروض أو صياغة تساؤلاتها الرئيسية .

- كشف التحليل عن تعدد الأدوات البحثية المستخدمة فى جمع المادة وعلى وجه الخصوص ،تحليل المضمون بشقه الكمى والكيفى مع التركيز على التحليل الدلالى اللغوى للنص الصحفى فى المجلات النسائية وذلك مع مقارنتها بخطاب الحركة النسوية . وتأتى المقابلة بأشكالها المختلفة (مقابلة طولية Lengthy interview – مقابلة متعمقة Indepth-interview- مقابلة جماعية Group interview .) فى مقدمة أدوات جمع البيانات المستخدمة فى دراسات الجمهور والقائم بالاتصال . كذلك اعتمدت احدى الدراسات على إجراء المقابلة البحثية عن طريق برنامج كمبيوتر خاص عبر الهاتف . ويرز فى الدراسات التى تعرضت لبيئة العمل الصحفى ووضع المرأة الصحفية فى غرفة الأخبار اعتمادها على الملاحظة بالمشاركة كوسيلة مهمة لجمع البيانات . كذلك استخدمت عديد من دراسات الجمهور والمرأة استمارة الاستبيان لجمع البيانات اللازمة وتم تطبيقها عن طريق البريد(Mail Survey)(٦٠) أو عن طريق المقابلات التى تتم إما باستخدام التليفون فى حالة انتشار المبحوثين فى أماكن متباعدة أو عن طريق المقابلات التى تتم بشكل مباشر مع المبحوثين والتى يجريها الباحث بنفسه أو بمساعدة الآخرين .

– بالرغم من استمرار معظم دراسات الصحافة النسائية فى تبنى أساليب التحليل (الكمية والكيفية) التقليدية للمضامين الصحفية ، إلا أن عدد من الدراسات أخضعت للمناقشة والنقد استخدام تحليل الخطاب ودلالات النص فى الدراسات الميدانية وذلك بتحليل البيانات التى يتم جمعها من خلال المقابلات بما يعنى أن استخدام تحليل الخطاب لم يعد قاصراً على دراسة النصوص الصحفية فقط ويمكن توظيفه فى الدراسات الميدانية وذلك من خلال النموذج الذى قدمه (Strauss and cornin1990) عندما وضعا دليل ترميز يضم فئات مفتوحة (Encompassing) وتصنف كلمات المبحوثين فى المقابلة ثم الربط بينها فى علاقات بين هذه الفئات والخروج باستنتاجات تعتمد على المهارات التفسيرية والنظرية للباحث(٦١) .

– كما استخدمت احدى الدراسات تحليل التواتر (Repertoire analysis) فى الكشف عن الموضوعات المتواترة (المتكررة) فى المقابلات الطولية التى أجرتها مع عينة من المبحوثين للكشف عن دواعى قراءة المجلات النسائية وذلك فى اطار أسلوب (تحليل الاستقبال) (Reception Analysis) . ويمثل تحليل التواتر مدخلاً (Micro-sociological Approach) ويعتبر آداه فى الوقت نفسه تساعد على ابراز المعانى التى يجب الانتباه إليها فى أقوال المبحوثين ، وادراك النسق الثقافى الذى يكون مجموعة من الأفكار الثابتة (٦٢) .

– أما دراسات الجنوب ، فمازال تحليل المضمون هو الأداه المهيمنة على دراسات الصحافة النسائية خاصة مع النقص الواضح فى الدراسات الميدانية والتجريبية ، والتركيز بشكل أساسى على دراسات المضامين الصحفية . وان كان مطروحاً فى الدراسات الغربية أهمية إيجاد مناهج ومداخل بحثية جديدة فى دراسات الصحافة النسائية ، فإنه أكثر إلحاحاً فى دراسات دول الجنوب، حيث لابد أن تختبر قدراتها وأساليبها التحليلية بما يتلائم مع طبيعة الظواهر المدروسة وطبيعة الاحتياجات البحثية فى هذه الدول .

خاتمة الدراسة

فى ضوء المشكلة البحثية التى تتصدى لها هذه الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها : عرضت فى الصفحات السابقة رصداً لأهم الاتجاهات الحديثة لدراسات الصحافة النسائية فى عدد من دول العالم المتقدم والنامى على مستوى الموضوع ومجالات الاهتمام أو على مستوى الجوانب المنهجية والاجرائية فى بعض الدراسات . وانطلاقاً من النتائج التى توصلت إليها أرى من المفيد التأكيد على هذه النقاط :-

* غلبة الرؤية النقدية فى تناول دراسات الصحافة النسائية بدءاً من المشكلة البحثية المطروحة فى هذه الدراسات ومروراً بإجراءاتها المنهجية والإجرائية وانتهاءاً بنتائجها التى تفسرها من منطلقات نقدية غير تقليدية ويرجع ذلك فى كثير من الأحيان إلى أن غالبية من يتصدون لهذه الدراسات من ذوى التوجهات العقائدية فيما يتعلق بقضايا المرأة وحركة تحريرها .

* يلاحظ وجود علاقة ارتباطية بين دراسات الصحافة النسائية على المستوى الموضوعى والمنهجى وحركة المجتمع بصفة عامة والحركة النسائية وتطورها وطبيعة أهدافها ومطالبها بصفة خاصة .

* رصد المسح اتجاهاً نحو الاهتمام بالتأصيل التاريخى(*) لنشأة الصحافة النسائية بداية من القرن التاسع عشر ، بهدف التعرف على ملامح التطور الذى شهدته هذه الصحافة وطرحت هذه الدراسات تساؤلات مهمة مازالت مثارة حتى الآن ، من بينها : هل هناك ضرورة لوجود أقسام للمرأة فى الصحف العامة ؟ ، هل يقف الإعلان وراء وجود هذه الأقسام واستمرارها ؟ ، لماذا تستمر المجلات النسائية بشكلها ومضامينها على مر الفترات رغم النقد الموجهه إليها ؟ . كما أنهم ربطوا بين ظهور المجلات النسائية واتساع الحركة الإعلانية .

(*) انظر هوامش الدراسة ص ٢٩.

* ظهر التباين الواضح بين دراسات الصحافة النسائية فى دول الشمال وبينها فى دول الجنوب من حيث مناطق الاهتمام والتركيز على العملية الاتصالية بوجه عام - فعلى حين تتوقف معظم دراسات الجنوب عند مرحلة تحليل الرسائل المقدمة (المضمون) تتجاوز دراسات الشمال هذا المستوى - دون اهماله - إلى دراسة منتج المادة الصحفية (المرأة الصحفية) ومتلقيها (الجمهور). وتقدم رؤى جديدة فى الأدوات البحثية وأساليب التعامل مع المادة العلمية.

* على الرغم من الاتجاه الذى بدأ يولى اهتماماً ملحوظاً للأطر النظرية الغربية فى دراسات الصحافة المصرية إلا أنه لوحظ عدم الاحتفاء بهذه الأطر النظرية والفلسفية فى كثير من دراسات الصحافة النسائية سواء فى دول الشمال أو الجنوب .

* تثير دراسات الصحافة النسائية فى دول الشمال الكثير من المجالات البحثية التى مازالت تعانى من اهمال واضح بين الباحثين المصريين خاصة دراسات جمهور الصحافة النسائية والعلاقة المتبادلة بين هذا الجمهور والصحيفة النسائية (من يصنع أجندة من ؟) .

* على الرغم من الاتجاهات الحديثة لمسارات دراسات الصحافة النسائية فى العالم المتقدمة التى كشفت عنها هذه الدراسة إلا أنها تلفت النظر إلى ضرورة الانتباه إلى عدم انسياق باحثى دول الجنوب - ومن بينها مصر - إلى أجندة الاهتمام البحثية فى الدول الغربية انطلاقاً من خصوصية قضايا المرأة فى كل دولة والتى تستمد من النسق القيمى والثقافى السائد فيها - مع التأكيد أن هذا لا يعنى عدم التطور أو البحث عن الجديد أو الانغلاق والعزلة عن الاتجاهات البحثية الحديثة .

هوامش الدراسة

(1) Busby, Lenda J. and Leich, Grey, : "Feminism add advertising inTraditional and non Traditional Women Magazines 1950s, Journalism Quarterly, Vol 70,No. 2, Summer, 1993 .

(2) Lingyang-Mei,: "Women's Pages or People's Pages, The production of News for Women in the Washington post. Journalism and Mass Comm. Quarterly, vol. 73, No. 2, Summer, 1996 .

(3) Women's Movement" Microsoft (R) ENCARTA (R) Encyclopedia, 1998.

(4) Lafky, Sue (et.al.), Looking through Gendered lences : Female Stereo typing in Advertisments and Gender Rule Expectation, Journalism and Mass Comm. Quarterly, Vol. 73, No. 2, Summer, 1990.

- Rokow, Lana F., A Bridge to the Future : Re-visioning Gender in Commuication. In Women in Communication, Challenging Gender Values, Sage Pudlication, 1989, pp. 299-311.

(5) Zoonen, Liesbet Van, Feminst Madia Sage Publication, London, 1994.

(6) Childers, Kim Walsh (et.al.), Sexual Harassment of Women Journalists. Journalism and Mass Comm. Quarterly. Vol. 63, No. 3, Autumu, 1996.

(7) Lafky, Sue. Op. cit.

(٨) انظر على سبيل المثال :-

- Glasser, Charlotte Kwok, "Patriarchy, Mediated, Desire and Chinese Magazine Fiction, Jounal of Communication, Vol. 47, Winter, 1997.

- Rhode, Dedorah L. "Media Images, Feminist Issues, Spring, 1995.

- Budgeon, (Shelley), : From Feminism to Post Feminism. Women Studies international Forum, Vo;. 18, No. 2, March - April, 1995.

- Childers. op. cit.

- Budgeon, Op. Cit.

- Zoonen, Op. cit.

(٩) مثال على ذلك :-

- Kahn, Kim Fridkin and Goldenberg, Edie, N: The Media Obstacle or Ally of Feminists,: ANNALS, Vol. 515, May, 1991.

- Farrell, A My Erdman,: Feminism and Media , Introduction, Signs, Vol.

20, No. 3, Spring, 1995.

(10) ling-Yang-Mei, (op.cit.).

(١١) مثال على ذلك :

- Chiders, Kim Walsh (et.al); Women Journalists Report Discrimination in News Rooms. N.R.J, Vol. 17, No. 3-4, Summer - Fall, 1996.

- Childers, Sexual Harassment of Women Journalists. Op. cit.

- Goodrick, Evelyn Trapp, : Editorial Writer's Approaches to Select Women;s Issues. N.R.J., Vol. 12, No. 3, Summer, 1991 .

- Mills, Kay, What Differences Do Women Journalists make, Media and Politics, Oxford University Press, 1997.

- Miller, phyllis and Miller, Randy, : The Invisible Women : Female Sports Journalists in the Work place, Journalism and Mass Comm. Quarterly, Vol. 72, No. 4, 1995.

(12) Hermes, Joke, : Reading Women's Magazines, An analysis of Every Day Use, Polity Press, U.k., 1997.

(13) Zoonen, Liesbet Van, Op. cit.

(١٤) مثال على دراسات بعض دول الجنوب :-

- Leslie, molara ogundipe, The Image of Women and the Rule of The Media In a new Political Cuture In Nigeria, African Media Review, Vol. 4, No. 1, 1990.

- Nassanga, Linda Goretti; Women, Development and Media, The Case for Uganda, Women, media and Society, Vol. 19, No. 3., July, 1997.

- Biron, Rebecca E., Feminist Periodicals and Political Crisis in Mexico : Fem, Debate, Feministaand la Correa Feminista in the 1990s, Feminist Studies, Vol. 22, No. 1, Spring, 1996.

- Glasser, charlottte Kwok, patriarchy Mediated Desire and Chinese Magazine Fiction. Op. cit.

(١٥) نموذج لهذه الدراسات :-

- چيهان الهامى ، الصحافة المصرية وقضايا المرأة خلال العقد العالمى للمرأة ، رسالة ماچستير غير منشورة ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة ١٩٨٩ .

- فاتن الطنبارى ، موقف الصحافة تجاه قضايا المرأة : دارسة تحليلية لمضمون الأهرام والأخبار والجمهورية منذ ١٩٧٥ إلى ١٩٧٩ . رسالة ماچستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .

- مصطفى سويف وأخريات ، صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام ، دراسة فى تحليل مضمون الصحافة ...ية ، التقرير النهائى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، القاهرة ١٩٨٣ .

(١٦) راجية قنديل ، المرأة فى شمال سيناء ووسائل الإعلام : دراسة ميدانية ، مجلة النيل . العدد ٢٦ ، الهيئة العامة للاستعلامات ، القاهرة ، ابريل ١٩٨٦ .

(١٧) عواطف عبد الرحمن وآخرون ، المرأة المصرية والإعلام فى الريف والحضر ، قسم الصحافة ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ١٩٩٥ .

(١٨) نجوى كامل - أميرة العباسى ، القائمات بالاتصال فى الصحافة المصرية ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٣ .

- نجلاء أبو سمرة معوقات الأداء الإعلامى للصحفيات المصريات : دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب ، فرع سوهاج ، جامعة جنوب الوادي ، ١٩٩٥ .

(19) Wolf, n.; The Beauty Myth : How Images of Beauty are Used Against Women and Fire With Fire, Chatto and Windus, London, 1990.

(20) Zoonen, Liesben Van, Op.cit., pp. 105.

(21) Budgeon, Shelly, Op.cit.

(22) Gallagher, M., Unequal Opprtunities : Update. Paris. UNESCO, 1985.

(٢٣) انظر على سبيل المثال :

- Kahnkim Fridkin, : The disorted Mirror: Press Coverage of Women Candidates Statewide Office, Journal of Politcs, Vol. 56, No. 1, February, 1994.

- Carrol, Suza and Schreider Ronnee, Media covevage of women in 103 Congress. Media, Women and Politics, p. cit.

- Alexander, Sue, newspaper Covevage of Alhletic as a Function of Gender, Womens Studies International Forum.

(24) Budgeon, Shelly, Op. cit.

- peirce, Kate, : Socialization of Teenage Girls Through teen - Magazines Fiction, Kensosas city U.S.A. August, 19930.

- Evans, Ellis, D (et.al). "Content Analysis of Contemporary teen Magazines for Adoles cent Femsles Women Studies internaational Forun, 1991.

(25) Busby, Lenda and leichty - Grey, Op.cit.

(26) leslie, Molara Ogundipe, Op.cit.

- Nassange, linda Goretti, Op. cit.

- Glasser, Charlotte Kwo;, Op. cit.

- عواطف عبد الرحمن وآخرون ، مرجع سابق .

(27) Biron, Erebecca, Op. Cit.

(٢٨) انظر على سبيل المثال :-

- Henery Suzan, ; Changing Media History Through Women history, in; Women in Mass Communication, Challenging Gender Values, Op. cit.

- Gender patterns in Media Empolymenyt, UNESCO Reporters and Papers on Mass Communiction, 110 Paris, 1995.

- Weaver, David,; Women as Journalists. In Women, media and Politics, Oxford university perss, U.K. 1997.

- Childers (et.al), Women Journalists Report Discrimination in News room. Op. cit.

(29) Henery, Suzan, : Op. cit.

(30) Steeves, leslie, ; Gender and Mass Communication in a global Context. In Women in mass Communication, Op. cit.

- Weaver, David, Op. cit.

- Gender Patterms, UNESCO, Op. cit.

- Henery Suzan, Op. cit.

(31) Steeves, leslie Op. cit.

(32) Rakow, lana F. Op. cit.

(33) Gander Patterns in Media Employment, Op. cit.

(34) Zoonen, Liesbet Van: Feminist Media Studies, Op. cit.

(35) Rhode, Deborah L., Media Images, Feminist Issues. Op. cit.

(36) Mills, kay, : What difference Do Women journalist Make. Op. cit.

(37) Goodick, Evelyn Trapp, Editorial Writers Approaches to Select Women's Issues, Op. cit.

(38) Gender Patterns in Madia Employment, UNESCO, Op. cit.

- Zoonen, Feminist Media Studies, Op. cit.

(39) Childers (et al) .: Sexual Harassment of Women Journalists. op. cit

(40) Miller, Phllis and Miller Randy; The Invisible Woman; Female Sports Journalists in the Work place, Op. cit.

(41) Childerrs (et al) Women Journalists Report Discrimination Op. cit.

(42) Weaver, David, Women as journalists, Op. cit.

(43) Gender Patterns in media Employment, Op. cit .

(44) Childers (et al) "Women journalists Report Discrimination, Op.cit.

(45) Zoonen lies Bet Van, Op.cit.

- Weaver, David, op. cit.

- Gender patterns in Media Employment, Op.vit.

(46) Goodrick, Evelyn Trapp, Editorial Writers Approaches to select women's Issues, Op. cit.

- Milles, kay, op.cit.

(47) Leslie, molara Ogundipe, Op.cit.

(٤٨) عواطف عبد الرحمن ، مصدر سابق .

- چيهان الهامى ، مصدر سابق .

(٤٩) نجوى كامل - أميرة العباسى ، مصدر سابق .

- نجلاء أبو سمره ، مصدر سابق .

(50)Winship, J.: Inside Women's Magazines, Marion Boyars, London, 1991.

(51) Zoonen, Liesbet Van, op.cit.

- Hermes, Joke, Reading Women's Magazines, Op. cit.

(52) Hermes, Joke, Op. cit.

(53) Moeran, Brian, Op. cit.

(54) Nancy Rosen Berger, Antiphonal Performance? : Japanese Women's Magazines and Women's Voices: In Women Media and Consumption in Japan, Curzon Press, Rivhmond, 1995.

(55) Logky (et al) Looking Through Gendered Lences: Female Stereo Typing In Advertisment and Gender Role Expectations, Op. cit.

(٥٦) عواطف عبد الرحمن وآخرون ، مصدر سابق.

(57) Zoonen, Liesbet Van, op. cit.

(58) Macdonald, Myra, : Representing Women; Myth of Femininty: The Popular Media; Edward Arnold, London, 1995.

(59) Hermes, Joke, Op. cit.

(60) Goodrick, Evelyn Trapp, Op. cit.

(61) Zoonen, Liesbet Van, op. cit.

(62) Hermes, Joke, Op. cit.

*- Beetham, Margaret, : A Magazine of her own Domesticity and desire in the Women's Manazine - 1800-1914, London, Routledge, 1996.

Jolliffe, Lee, Women's Magazines in the 19th Century, journal of popular Culture. Vol. 27, No. 4, Spring, 1994.

- Kitch, Carolyn, Changing Theortical Perspectives Women's Media imagia imadia image: The Emergence of Patterns In a new area of historical Scholarship. Journalism and Mass Communication Quarterly. Vol. 74, No. 3, Autumu 1997.

- Ling yang - Mei, Women's pages or Pages or people's pages the production of News for Women in the Washington post in the 1950s. op, cit.

قائمة بالمجلات العلمية التى اعتمدت الدراسة على مابها من بحوث :

- **The Annals** The American Amercan Academy of Political and Social Science.

- **The Journal of Politics, University of Texas.**

- **Jurnal of Communication,** International Communcation Association.

- **JPC** (Journal of Popular Culture). Popular Culture Association.

- **Feminist Studies.**

- **Signs** (Journal of Women in Culture and Society) University of Chicage.

- **journalism Quarterly.**

- **journalism and Mass Communication Quarterly.**

- **Feminist and Media Stuides.**

- **African Media Review.**

- **N.R.J** (Journal of Newspapers Research).

- **Women, Media and Culture.**

- **Women Studies International Forum.**

قائمة بالكتب التى اعتمدت الدراسة على ما بها من بحوث :

- Zoonen, Liesbet Van, ; **Feminist Media Studies,** Sage Publication, London, 1994.

- hermes, Joke,: **Reading Women's Magazines: An Analysis of Everyday Media** use, Polity press U.K. **1997.**

- Wolf, N.: **The Beauty Myth:** How Images of Beauty are use against Women. Chatto and Windus, London, **1990.**

- Norris, Pippa: **Women, Media and politics,** Oxford University Press, **1997.**

إستخدامات الصحفيين المصريين

لشبكة معلومات

« الانترنت »

كمصدر من مصادر المعلومات

إعـــداد

د. إيناس أبو يوسف

المدرس بقسم الصحافة

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

مقدمة :

يعد التطور التكنولوجي فى مجال الإعلام والمعلومات من السمات الأساسية لظاهرة العولمة التى فرضت نفسها على المجتمع الدولى مع نهاية القرن العشرين ولعل تطور شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) يتيح انفتاحاً إعلامياً ومعلوماتياً يتجاوز الحدود والحواجز التقليدية مما أصبح من العسير الوقوف أمامه بالوسائل السياسية والتشريعية المعروفة فالاتصال عبر الانترنت قد أدى عدة مهام يمكن رصدها فى الآتى :

١- الاتصال عبر الشبكة .

٢- التفاعل .

٣- معالجة ونشر وتخزين واسترجاع المعلومات .

٤- كما اضافت الأنترنت وظائف أخرى للاتصال الجماهيرى منها :

(أ) تقديم الخدمة المباشرة للجمهور المستقبل .

(ب) تحقيق الربح للشركات والمعلنين عن السلع والخدمات .

(جـ) قللت من أهمية وظيفة الرقابة ، فعندما تقع أحداث إخبارية ما ، فإن المهتمين بها يبثون رسائل عبر الأنترنت مباشرة للآخرين لكى يقرأوها ، وتمثل هذه الوظيفة تحولاً مهماً عن وسائل الإعلام التقليدية ، حيث تتدفق الأخبار وتتولد من قبل إناس فى قلب الأحداث أو لهم اهتمام ومصلحة فى نشر الحدث الأخبارى وليس فقط من قبل الصحفيين « **حراس البوابة** » الذين يقررون ما يستحق ان ينشر أو يذاع وما لا يستحق - فبفضل الشبكة يمكن لأى فرد ان يصبح صحفياً أو ناشراً أو قائماً بالاتصال .

(د) نافست الشبكة الصحف فى ادائها لوظيفة التفسير حيث تكتظ الشبكة بالآراء والتحليلات فى قطاعات متعددة .

وقد زاد عدد المستخدمين للأنترنت من خمسة ملايين عام ١٩٩٢ إلى ٢٥ مليونا عام ١٩٩٣ ثم قفز إلى مائة مليون مع نهاية ١٩٩٧ (١) .

الأنترنت والصحافة :

وتأسيساً على ما سبق فقد سعت عدة دراسات لإثارة العديد من التساؤلات والرؤى العلمية حول مستقبل الصحافة المطبوعة بشكل عام وقدرتها على الاستمرار والمنافسة فى ظل هذه التقنيات الحديثة ، وعما إذا كانت هذه المستحدثات ستساعد على تطوير الصحافة أم لا وكيف يتعامل الصحفيون مع الأنترنت .

وفى كتابه « اعادة اختراع الصحافة »[٢] يرى «فرانك دنتون» أنه على الصحفيين أن يتقبلوا فكرة ان الصحافة لم تعد أحباراً وأوراقاً فقط ولكن عليهم ان يتقبلوا أن يتحولوا إلى صور على الشاشة وانه سيوجد جهاز كمبيوتر صغير فى حجم الطاولة يحتوى على المئات من الصحف الألكترونية ويعتمد على المعلومات وصور الفيديو والمواد الثابتة والمتحركة فى اطار عرضها لمادتها ؛ أى أن دنتون يركز أساساً على أن المستقبل فقط للصحافة الالكترونية بينما رأى «هيوارد كرتز» فى ذات الكتاب أن الصحافة التقليدية يمكن أن تطور نفسها وأن تستفيد من التقنيات الحديثة بأن تركز على مهام محدودة مثل الانوع فى مصادر الأخبار ، والتركيز على الحملات الصحفية التى تعالج مشكلة ما لفترة طويلة ، وان تقدم رؤية نقدية للمشاكل اليومية للمجتمعات التى تظهر فيها هذه الصحف ، كذلك ان تقوم الصحف بادارة المعلومات والاهتمام بالتحقيقات المحلية وأخيراً العمل على رفع مصداقية الصحف .

التجربة المصرية فى مجال الانترنت :

تعرفت جمهورية مصر العربية على تكنولوجيا الاتصال فى شكلها التطبيقى المتمثل فى الأنترنت منذ عام ١٩٩٣ حيث كانت مقصورة على شبكات جامعة القاهرة ومجلس الوزراء وقد ظل هذا الوضع سائداً حتى أواخر عام ١٩٩٤ عندما بدأ مجلس الوزراء فى منح تراخيص للشركات التجارية كى تقوم ببيع خدمات الاتصال بالأنترنت [٣] . وتنتشر فى القاهرة حالياً منتديات الأنترنت إضافة إلى المراكز المتعددة التى تقدم خدمة الاتصال بالشبكة للجمهور المصرى ، فتتروواح التقديرات لعدد مستخدمى الأنترنت بين ٦١ ألف و ٨٥ ألف مستخدم نصفهم من الشركات ورجال الأعمال [٤] .

الصحف المصرية والانترنت:

هناك أربع مجالات أساسية تستفيد من خلالها الصحافة المصرية من خدمات الانترنت وان كان حجم الاستفادة – حتى الآن – محدوداً .

وهذه المجالات هى :

أولاً : فى مجال الاستفادة كمصدر للمعلومات :

تستفيد الصحف المصرية من الانترنت كمصدر للمعلومات وأداة مساعدة للتغطية الإخبارية ، وفى الحصول على الصور وكمصدر أساسى للأحداث العاجلة ، ولاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث الهامة ، الاستفادة بها فى الصفحات المتخصصة ، وللتعرف على الكتب والاصدارات الجديدة .

ثانياً : كوسيلة لإتصال الجريدة بمراسيلها :

وذلك يتم فى الصحافة المصرية بشكل محدود حيث استخدمها سامح عبد الله أثناء تواجده كمراسل للأهرام باليونان ، كذلك ياسر ايوب فى الرياضة بالأهرام ، وماجدة طنطاوى وسناء يوسف بجريدة الأخبار .

ثالثاً : إمكانية إجراء حوارات مع المصادر المتنوعة :

وهو ما طبقته مجلة الشباب وعلوم المستقبل المصرية مع **«بيل جيتس»** أشهر أصحاب شركات برامج الكمبيوتر مستخدمة البريد الالكترونى Email ، كذلك الحوار الذى أجرته أخبار اليوم مع مشيل بلاتينى لاعب الكرة السابق الشهير قبل مباريات كأس العالم (١٩٩٨) باستخدام موقع **«الدردشة»** .

رابعاً : فى مجال النشر الالكترونى :

بلغ عدد الصحف المصرية التى لها مواقع على الانترنت ١٢ صحيفة منها ست يومية هى الجمهورية والأهرام والوفد والمساء والعالم اليوم والاچيبشان جازيت ، وصحيفة نصف أسبوعية هى الشعب ، وثلاث صحف أسبوعية هى العربى ، الأسبوع ، الأهرام ويكلى ومجلة فصلية هى السياسة الدولية .

كانت مؤسسة دار التحرير أول مؤسسة صحفية مصرية تنشأ موقعاً فى فبراير ١٩٩٦ ثم السياسة الدولية فى أبريل ١٩٩٧ وموقع جريدة الشعب فى أكتوبر ١٩٩٧ ، وموقع الوفد فى مارس ١٩٩٨ ، وموقع الأهرام ويكلى فى يونيو ١٩٩٨ ثم العالم اليوم فى يوليو ١٩٩٨ والأسبوع فى يوليو ١٩٩٨ ، الأهرام فى أغسطس ١٩٩٨ وأخيراً العربى فى أغسطس ١٩٩٨ (٥) .

ومع ظهور هذه المواقع ظهر فى المؤسسات الصحفية ما يطلق عليه قسم الانترنت الذى ضع تحت ايدى الصحفيين المصريين الخدمات التى تقدمها الشبكة والتى يستطيعون الاستفادة نها بطرق متعددة .

الإطار النظرى :

تعتمد هذه الدراسة فى إطارها النظرى على مدخل الاستخدامات والاشباعات Uses and Gratification ويركز هذا المدخل بشكل أساسى على الجمهور وإستخدامه لوسائل الإعلام (٦) . إلا أن هذا لا يمنع أن فروض النظرية يمكن تطبيقها على القائم بالاتصال أيضاً من حيث قياس ما تحققه له إستخدامات وسائل معلوماتية أو اتصالية معينة من وظائف ، وبالتالى فإن تطبيق هذا

المدخل يساعد على تحقيق عدة أهداف لهذه الدراسة وهى تفسير الأسباب والدوافع الوظيفية لإستخدام الصحفيين للتعرض للانترنت وانماط التعرض المختلفة ، وأخيراً معرفة النتائج المترتبة على إستخدام الصحفيين للانترنت وتحقيقهم لعدة وظائف من خلال إستخدامها .

الدراسات السابقة :

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة يتضح ابعاد التفاعلات التى تمثل العلاقات بين الممارسة الصحفية وتأثرها باستخدام تكنولوچيا الاتصال الحديثة حيث تعدد الجوانب التى ابرزتها الدراسات الصحفية فى هذا الصدد ومن بينها :

١- دراسة د. محمد وفائى (٧) عن تأثير تكنولوچيا الاتصال على استخدام الجمهور للوسائل الإعلامية التقليدية - ١٩٩٤ - حيث توصل الباحث الى افتراض رئيسى مؤداه «**إن استخدام تقنيات اتصالية جديدة سوف يؤدى الى تحول فى استخدام الوسائل الإعلامية القائمة من حيث الكم والكيف** » .

وتوصلت الدراسة التى طبقت على عينة مكونة من ٢١١٣ مفردة من مستخدمى الكمبيوتر الى رصد توجهات خاصة تجاه وسائل الإعلام التقليدية تتمثل فى :

(١) يتعرضون بندرة اقل للتليفزيون .

(٢) يختارون بعناية ما يقرأونه من جرائد النخبة .

(٣) يقرأون مجلات أكثر تخصصاً .

(٤) يقرأون بشكل أقل المطبوعات العامة .

٢- دراسة الباحث ابراهيم راشد عن استخدامات التكنولوچيا فى صحف دولة الامارات العربية المتحدة - ١٩٩٧ (٨) .

وقد خلص الباحث الى ان الصحف اليومية فى دولة الأمارات على سبيل الاجمالى - ادخلت التكنولوچيا الحديثة فى كل المجالات سواء فى صف الحروف أو تصميم الصفحات أو استقبال نشرات الاخبار ومعالجة الصور الفوتوغرافية أو فى عمليات الطباعة .. وقد واجهت كل الصحف مشكلات بعد تبينها للتكنولوچية الحديثة من بينها افتقاد الفهم لقيمة التكنولوچيا ، معارضة وامتناع الصحفيين والعاملين عن التدريب ونقص المعدات وخلصت الدراسة إلى افتقاد المبحوثين من العاملين فى تلك الصحف للمعرفة بالدور الذى تلبيه التكنولوچيا الجديدة فى المؤسسات الصحفية .

٣- دراسة عدنان الحسينى عن مواقع الإعلام العربى وازمة استيعاب شبكة الانترنيت - ١٩٩٨ (٩) وقد قامت الدراسة بتقييم منشآت الإعلام العربى على الانترنيت والتعرف على مستواها

الفني وقد تناولت الدراسة بالتقييم ٣٥ موقعاً للصحف العربية .. وانتهت الى وجود قصور نسبى له صفة العمومية فى فهم الناشرين لدور الانترنت واقتصار المواقع العربية على محاكاة الوظيفة التقليدية للصحيفة المطبوعة ورقيا واسقطت المواقع العربية بعد العالمية التى تمتاز به شبكة الانترنيت ولم تستفد منه واصبحت مواقعها اشبه بمن يحادث ذاته دون مخاطبة الاخرين والتفاعل معهم . واستخدمت المواقع العربية ادوات غير مناسبة فى تصميم المواقع وتنفيذها .

٤- دراسة عدنان الحسينى عن واقع استخدام الانترنيت فى العالم العربى-١٩٨٩-(١٠) وقد قام الباحث بدراسة عينة تشمل ٣٨٠ مبحوثاً فى مصر والاردن والمملكة العربية السعودية وسلطنة عمان والامارات وقطر والبحرين والكويت .. ومن ابرز نتائج الدراسة ان الاصدارات الاليكترونية للصحف العربية تأتى فى المركز الثانى من مصادر المعلومات بعد مجلات الكمبيوتر وبلغت نسبة الذين يتابعون المواقع الصحفية على الشبكة الألكترونية ٣٤,٥٪ مقابل ٧١٪ للاتصال بالبريد الالكترونى ، ٦٢٪ التعليم ، ٤٢٪ للتسلية من العينة وتبين أن ٥٥٪ من المبحوثين زاروا مواقع الصحف العربية وجاءت الوطن القطرية فى مقدمة تفضيلاتهم ثم تليها الشرق الأوسط والاتحاد الاماراتية ثم الحياة والوطن العمانية .

٥- فى دراسة للباحث الامريكى Garrison حول استخدامات الصحف للخدمات الأليكترونية المباشرة والأنترنت فى غرف الأخبار ١٩٩٥ (١١) ، واستهدفت الدراسة التعرف على دور الانترنت فى دعم عملية استفتاء الأخبار والمعلومات وخلصت الدراسة التى طبقت على ٢٧٩ صحيفة يومية وأسبوعية أمريكية أن ٦٦,٢٪ من العينة تستخدم الأنترنت .

٦- دراسة الباحثة الامريكية Lucinda (١٢) عن استخدام الكمبيوتر فى اقسام الاخبار فى الصحف اليومية بمتشجان الامريكية -١٩٩٦- خلصت الى ان ٨٠٪ من اقسام الاخبار هناك يستخدمون مصادر المعلومات الاليكترونية والانترنت والاقراص المدمجة والارشيف الاليكترونى وادى ذلك الى زيادة كفاءة المحررين واختصار الوقت لاداء مهامهم مما يتيح قيام الصحف بالعديد من المهام فى وقت واحد.

٧- وفى دراسة Endres -١٩٨٥- (١٣) عن تأثير استخدام تكنولوچيا الاتصال على الصحف اتضح ان الصحف ذات التوزيع الكبير تستخدم الكمبيوتر وقواعد اعداد البيانات اكثر من تلك الصحف ذات التوزيع المنخفض وان استخدام الصحفيين لقواعد البيانات اصبح مصدراً هاماً للحصول عليط الحقائق والارقام والافكار وخلفيات الموضوعات المثارة مما يؤثر على جودة الانتاج الصحفى بالإيجاب .

٨- وفى دراسة Pavilk -١٩٩٧- عن تأثير التكنولوچيا الجديدة على الممارسة الصحفية

واشكالها [١٤] اكدت الدراسة ان المنتج الصحفى من الاخبار والتحقيقات وغيرها قد تغير بفعل استخدام الصحفيين للتكنولوجيا الحديثة .

٩- وقد أكد الباحث Roberto فى دراسة حول مستقبل الوسائل التقليدية التى يستخدمها الصحفيين فى ظل ادخال تكنولوجيا الاتصال ١٩٩٦ [١٥] - على ان قواعد المعلومات ستصبح قريباً اشبه بمكتبة اليكترونية ضخمة لا محدودة لمساعدة الصحفيين فى مهمة جمع المعلومات ولكنه اشار الى ان الاعتماد على شبكات المعلومات لن يقضى على الوسائل التقليدية لجمع المواد الصحفية وانما ستجعل الصحفى اكثر اهتماماً بالتحليل النقدى المتعمق وتفسير الأنباء اعتماداً على المعلومات .

١٠- وفى دراسة Hansen , Ward & Mclead عن اثر التحول الى الاعتماد على المكتبات الاليكترونية على الصحفيين -١٩٨٨- [١٦] اتضح أن ٨٤٪ من الصحفيين يستخدمون الوسائل الحديثة فى إستقاء المعلومات قبل نشرها وأن ١٦٪ لم يعتمدوا على ادوات التكنولوجيا فى تدقيق معلوماتهم . وخلصت الدراسة الى عدم اهتمام المسئولين الاداريين فى الصحف التى اجريت عليها الدراسة بحاجة الصحفيين العاملين بها لمزيد من التدريب لاجادة التقنيات الحديثة .

١١- وفى بحث Smith عن ثورة التكنولوجيا الحديثة على الصحف والصحفيين خلال الثمانينات [١٧] دعى الى البحث عن اساليب عمل جديدة لجمع المعلومات الصحفية رغم تعدد المصادر على ان تجمع هذه الاساليب ما بين الطرق التقليدية والتقنية الحديثة باسلوب يساعد على تجنب عيوب الطرق التقليدية ويستفيد من التطور التكنولوجى ويحقق التغلب على تخوف الصحفيين من مغبة الاعتماد على مصادر بعينها لجمع البيانات .

١٢- ودراسة Jane Simger عن اتجاهات الصحفيين تجاه الصحف الالكترونية ومستقبل الأداء الصحفى -١٩٩٧- [١٨] قد انتهت الى ان الصحفيين المبحوثين - ٢٧ من مديرى تحرير الصحف اليومية الامريكية - اكدوا على ان التكنولوجيا الحديثة مجرد اداة مساعدة للصحفى ولن تصقل مهاراته وقد تعدل من اساليب المهنه لكنه لن تغيرها بصورة جوهرية وأن الصحفى ليس مجرد ناقل للمعلومات وإنما يقوم بدور رئيسى فى صناعة الوجدان والتغيير فى المجتمع . وان التكنولوجيا الحديثة ستساعد الصحفى للقيام بدوره فى التفسير والتحليل للاحداث .

- ويلاحظ على الدراسات السابقة انها اكتفت فى معظمها بداسة الوضع الراهن واستفادات الصحف من التكنولوجيا الحديثة فى اطار دراسة الصحف التى تستخدم هذه التكنولوجيا وكيف تستخدمها ، ولكنها لم تركز على تاثير هذه التكنولوجيا على القائمين بالاتصال ما عدا دراسة عدنان مدني - ومدى استيعابهم لها - وتاثير هذه التكنولوجيا على ادارة الصحف

وبالنسبة للدراسات التى تناولت دخول هذه التكنولوچيا الحديثة للدول العربية تشر الى ربط هذا الاستخدام بالمضمون والمصادر التى أصبح يعتمد عليه صحفى الدول العربية وقدرتهم على استيعاب هذه التكنولوچيا - والصعوبات التى تواجههم - ومدى ملائمة المضمون الذى يستقونه مع القضايا التى عليهم ان يتبنوها وبالتالى لم تتطرق معظم الدراسات لطبيعة منظومة القيم والاخلاقيات السائدة التى تحدث فى الصحافة من اجراء استخدام هذه الوسائل الجديدة .

مشكلة الدراسة :

شهدت السنوات الأخيرة تعاظم الاهتمام بالتطورات الجديدة فى تكنولوچيا الاتصال باعتبارها جوهر السمات الأساسية فى عالم الكوكبية والذى فرض آلياته مع أواخر الثمانينيات وأوائل التسعينيات على العالم مما ادى إلى تبلور مجموعة من النظم والوسائل الاتصالية الحديثة .

وتعد شبكة المعلومات **«الانترنت»** من ابرز تطبيقات تكنولوچيا الاتصال التى أنتشرت بشكل واسع بين انحاء العالم بكل ما تحمله من تساؤلات ورؤى وتحديات لمستقبل الصحافة المطبوعة بشكل عام .

ومع دخول خدمات الانترنت فى مصر ١٩٩٣ وإنشاء أول موقع لصحيفة مصرية - وهى صحيفة الجمهورية - على الشبكة فى ١٩٩٦ ، طرحت إستخدامات الصحافة المصرية لهذه الآلية العديد من التساؤلات تتعلق بتأثير نقل مثل هذه التكنولوچيا واستيعابها وتطويرها ، ودور الصحفى المصرى ومهاراته وقدراته على توظيف هذه الآلية لتطوير الصحافة المصرية المطبوعة والاستفادة منها فى عمل مواقع للصحافة المصرية الكترونية وهل ستمثل شبكة الانترنت تحديات ثقافية ومهنية وفنية تؤدى فى النهاية لتكريس تبعية جديدة تضاف إلى نتائج التعامل مع الآليات السابقة فى الإعلام الدولى سواء التقليدية مثل وكالات الأنباء أو الحديثة مثل البث المباشر عبر الأقمار الصناعية ؟

ومن ثم تتحدد المشكلة البحثية فى التعرف على مدى مواكبة الصحفيين المصريين للتطورات المضطرة على شبكة الانترنت ، ومدى إستيعابهم لهذه التقنية الحديثة ومجالات إستخداماتهم وتوظيفتهم لها ، ومدى اهتمامهم بالتدريب على التعامل معها وتأثيرها على أدائهم الصحفى حتى الآن ، وتصوراتهم لمجالات الاستفادة المستقبلية منها سواء كمصدر من مصادر المعلومات أو لإنشاء صحافة اليكترونية مصرية على الانترنت ، وكذلك تصوراتهم للتحديات التى تمثلها هذه الآلية لهم .

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى رصد وتوصيف وتحليل علاقة الصحفيين المصريين بشبكة الانترنت كوسيلة اتصال وكمصدر جديد من مصادر المعلومات ، وبيان مجالات الإستخدام والتوظيف ، والمشكلات التى تثيرها ، وكذلك التعرف على مدى تأثر الصحفيين بها كمصدر للمعلومات والاتصال وتصوراتهم المستقبلية إزاء الاستفادة منها .

تساؤلات الدراسة:

ولتحقيق هذه الأهداف تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التاليه :

أولاً : تساؤلات تتعلق باستخدامات الصحفيين المصريين لأهمية الكمبيوتر:

١- هل يرى الصحفيون ضرورة لأن يتقن الصحفى المصرى التعامل بالكمبيوتر ؟

٢- هل يتعامل الصحفى مع جهاز الكمبيوتر بالفعل ؟

٣- هل يمتلك الصحفى المصرى جهاز كمبيوتر شخصى وما تأثير ذلك على طبيعة عمله؟

٤- إلى أى مدى توفر المؤسسات الصحفية المصرية جهاز كمبيوتر للصحفى ليعمل عليه؟

ثانياً : تساؤلات تتعلق باستخدامات الصحفيين المصريين لشبكة الأنترنت فى الأداء الصحفى :

١- هل يرى الصحفيون المصريون أن شبكة الانترنت مفيدة ؟

٢- ما هى مجالات الاستفادة من وجهة نظرهم ؟

٣- هل يستخدم الصحفيون المصريون شبكة الانترنت ؟

٤- ما هى الدورات التدريبية التى شاركوا فيها ؟

٥- ما هى انماط الاستخدام للشبكة ؟

٦- ما هى المجالات التى يفضلون استخدام الشبكة فيها ؟

٧- ما هى نوعية المعلومات التى يستقبلونها من الشبكة ؟

٨- ما هى المواقع التى يتزايد الاعتماد عليها كمصدر معلومات ؟

ثالثاً : تساؤلات حول مستقبل الصحافة العربية الالكترونية :

١- ما هى تصورات الصحفيين المصريين لشكل صحيفة المستقبل ؟

٢- ما هى الأقسام الصحفية التى استفادت من الأنترنت حتى الآن من وجهة نظر الصحفيين المصريين ؟

٣- ما هى الإضافات التى قدمتها الأنترنت للأداء الصحفى من وجهة نظر الصحفيين

المصريين ؟

٤- هل يتابع الصحفيون المصريون مواقع الصحف المصرية العربية والأجنبية على شبكة الأنترنت ؟

٥- ما هى الإضافات التى قدمتها مواقع الصحف العربية للصحافة الالكترونية من وجهة نظرهم ؟

٦- ما هى أوجه النقص التى ما زالت تعانى منها مواقع الصحف العربية من وجهة نظر الصحفيين المصريين ؟

٧- ما هى أهم الفوارق والاختلافات بين مواقع الصحف العربية والأجنبية من وجهة نظر الصحفيين المصريين ؟

٨- وجهة نظر الصحفيين المصريين من جمهورهم المستهدف على الشبكة ؟

٩- ما هى التحديات التى تمثلها الانترنت بالنسبة للصحافة العربية المطبوعة من وجهة نظر الصحفيين المصريين ؟

١٠- هل يرى الصحفيون المصريون أن الصحافة الالكترونية ستختلف فى أساليب معالجاتها الصحفية عن الصحافة المطبوعة ؟

١١- ما هى أوجه الاختلاف من وجهة نظر الصحفيين المصريين ؟

١٢- ما هى الفنون الصحفية التى يرى الصحفيون المصريون انها ستستخدم فى الصحافة الالكترونية؟

١٣- ما هى تصورات الصحفيين المصريين لمتطلبات الصحافة العربية الإلكترونية ؟

الإطار المنهجى للدراسة :

نوعية الدراسة : تنتمى هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التى تعنى بدراسة الحقائق الراهنة لطبيعة الظاهرة المدروسة (استخدامات الصحفيين المصريين لشبكة الانترنت) للحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها واستخلاص نتائجها .

مناهج الدراسة :

١- **منهج المسح الإعلامى :** والذى استخدم من خلال مسح التراث العلمى ومسح استخدامات أفراد العينة لشبكة الانترنت .

٢- **المنهج المقارن :** للمقارنة بين انماط إستخدام الصحفيين للشبكة ومقارنة

الاستخدامات بين الصحفيين فى المؤسسات الصحفية المختلفة .

٣- منهج العلاقات المتبادلة : وذلك بدراسة العلاقات الارتباطية بين المتغيرات المختلفة : مثل سنوات الخبرة - المؤسسات الصحفية - انماط الاستخدام وتأثيرها على درجة العلاقة بين هذه المتغيرات واستخدامات الصحفيين للشبكة .

الأدوات البحثية وأساليب التحليل:

تم تصميم استمارة إستبيان وزعت على عينة الدراسة - وتضم الاستمارة خمسة محاور:

تعرض المحور الأول : لقياس أهمية استخدام التقنيات الحديثة من وجهة نظر الصحفيين المصريين .

والمحور الثاني : عرض تصورات الصحفيين المصريين حول أهمية شبكة الانترنت كمصدر المعلومات .

والمحور الثالث : حول إستخدام صحفى العينة للانترنت .

المحور الرابع : حول مجالات الاستفادة من الشبكة حتى الآن من وجهة نظر الصحفيين المصريين .

المحور الخامس : حول مستقبل الصحافة العربية الالكترونية على شبكة الانترنت من وجهة نظر صحفيى العينة .

قياس الصدق والثبات :

عن طريق عرض الإستمارة على عدد من المحكمين من أساتذة الصحافة وفى ضوء توجيهاتهم تم تعديل فى صياغة بعض الأسئلة والغاء البعض الآخر ، كما تم اجراء اختبار قبلى للاستمارة Pretest طبق على عينة من ٣٠ مفردة ممن اجتازوا الدورة التدريبية لنقابة الصحفيين للكشف عن مدى وضوح الأسئلة وتحقيقها لأهداف البحث وإعادة تطبيق الاستمارة بعد فترة زمنية محدودة Test Retest ووصلت نسبة الثبات إلى ٩٦,٢٪ .

أساليب تحليل البيانات :

(أ) أسلوب التحليل الاحصائى : تم توظيف برنامج (Spss) :

Statistical package for scopetal sciences وتم الاستفادة من معاملات الاحصاء الوصفية داخل هذه الدراسة من خلال حساب التكرارات Frequencies وعلى المستوى التحليلى تم استخدام مجموعة من المعاملات لرصد العلاقة بين المتغيرات فى اطار الجداول المركبة Cross

tables وقد شملت هذه المعاملات .

١- معامل كا[٢] لبيرسون Pearson-Chi Square Independency لاختبار درجة الاستقلالية فى العلاقات بين المتغيرات بدرجة معنوية قيمتها (٠,٠٥) .

٢- عندما يثبت وجود ارتباط يتم قياس قوة العلاقة بين كل متغيرين باستخدام معامل «فاى» "Phi" (للجداول الرباعية) ، وكرامر Cramer للجداول الأكبر من ذلك .

٣- تحليل التباين اللامعملى تبعاً لإحصاء كروسكال واليز للكشف عن فروق ذات دلالات احصائية بن مختلف مجموعات الصحفيين وفقاً للمؤسسات الصحفية المتعددة التى ينتمون إليها ووفقاً لسنوات الخبرة وبين المتغيرات الترتيبية للدراسة وهى أكثر استخدامات للصحفيين على الشبكة وترتيبها ، وترتيب الأقسام التحريرية التى يمكنها أن تستفيد من الانترنت .

(ب) أسلوب التحليل الكيفى : لتحليل وتفسير النتائج الرقمية ودلالتها .

الإطار الإجرائى :

تحديد العينة :

وضعت الباحثة عدة معايير علمية لاختيار عينة الدراسة ممثلة للصحفيين الذين سيتم استكشاف انماط إستخداماتهم لشبكة الانترنت تمثلت فيما يلى :

١- أن ينتموا إلى مؤسسات صحفية أو صحف لها مواقع على شبكة الانترنت ، بما يعنيه ذلك من توافر خبرة أكبر لهؤلاء الصحفيين عن غيرهم فى مجال التعامل مع إستخدام شبكة الانترنت كشبكة معلومات .

٢- ان يكون بهذه الصحف أقسام للانترنت - سواء منفصلة أو ضمن قسم المعلومات - الأمر الذى يساعد على تفعيل وتنشيط الاستفادة من الشبكة وتوظيفها صحفياً .

ووفقاً لهذه المعايير تم إجراء مسح لمختلف المؤسسات والصحف فى مصر ، لرصد مدى توافر هذه المعايير فيما بينها وخلص الرصد إلى وجود مجموعة مؤسسات صحفية تتوافر فيها هذه المعايير هى :

(أ) مؤسسة الأهرام .

(ب) مؤسسة دار التحرير .

(جـ) جريدة الشعب .

(د) جريدة العربى .

(هـ) جريدة الأسبوع .

كما روعى أن تكون هذه المؤسسات ممثلة للصحافة القومية (الاهرام - دار التحرير) ، والحزبية (الشعب - العربى) والمستقلة (جريدة الأسبوع) .

- ولوضع إطار شامل للعينة يتيح للباحثة إختيار عينة ممثلة لمجتمع الصحفيين بصورة عشوائية مما يتيح إجراء الاختبارات الاحصائية المطلوبة من أجل تعميم النتائج على مجتمع البحث ، تم الرجوع إلى سجلات نقابة الصحفيين لعام ١٩٩٨ ونتج عن الحصر ما يلى :

- بلغ اجمالى عدد الصحفيين المنتمين لهذه المؤسسات والصحف ١٥٢٧ صحفياً موزعين كالتالى :

(أ) ٩٠٩ صحفياً معينين فى جريدة الأهرام .

(ب) ٥٠٦ صحفياً معينين فى دار التحرير .

(جـ) ٦٢ صحفياً فى جريدة الشعب .

(د) ٣٣ صحفياً فى جريدة العربى .

(هـ) ١٧ صحفياً فى جريدة الأسبوع .

وقد تم اختيار عينة ممثلة للصحفيين فى هذه المؤسسات تمثل ١٠٪ من جملة مجتمع الصحفيين داخل كل صحيفة ووفقاً لنسب توزيعهم بمختلف الصحف ، وتم هذا الاختيار داخل كل صحيفة بالأسلوب العشوائى من أجل اجراء التحليل الاحصائى وتحليل النتائج .

وفى هذا الاطار تم اختيار عينة من ١٥٠ صحفياً إلا أن استمارات التطبيق لم تطبق سوى على ١٢٤ صحفياً نظراً لأن الصحفيين فى دار التحرير وجريدة الشعب الذين يستخدمون الشبكة كانوا أقل من العينة المحددة .

خصائص العينة:

١- عينة الصحفيين موزعة على الصحف المختلفة .

الجريدة	تكرار	٪
الأهرام	٤٦	٣٧,٨
الجمهورية	٣٨	٣١,١
الصحف الحزبية	٢٨	٢٢,٧
الأسبوع مستقلة	١٢	٨,٤
المجموع	١٢٤	١٠٠

٢- عينة الصحفيين موزعة تبعاً لسنوات خبرتهم فى العمل الصحفى :

سنوات الخبرة	تكرار	٪
أقل من خمس سنوات	٢١	١٦,٩
من خمس سنوات لأقل من ١٠ سنوات	٤٧	٣٧,٩
من ١٠ سنوات لأقل من ١٥ سنة	١٧	١٣,٧
من ١٥ سنة لأقل من ٢٠ سنة	١٨	١٤,٥
٢٠ سنة فأكثر	١٤	١١,٣
لم يذكر سنوات الخبرة	٧	٥,٦
المجموع	١٢٤	١٠٠

نتائج الدراسة

اولاً / فيما يتعلق باستخدامات الصحفيين المصريين لجهاز الكمبيوتر :

يتضح من نتائج الأستبيان على الصحفيين المبحوثين فيما يتعلق بمدى ضرورة إستخدام جهاز الكمبيوتر بالنسبة للعمل الصحفي ما يلى :

١- أكد جميع الصحفيون الذين شملتهم العينة ضرورة أن يتقن الصحفي التعامل مع الكمبيوتر فجاءت النسبة ١٠٠٪ من عينة الصحفيين المبحوثين . وعن كيفية التعامل مع جهاز الكمبيوتر دلت نتائج الأستبيان أن ٢٩,٨٪ من الصحفيين (٣٧ مفردة) حصلوا على دورات لتعلم الكمبيوتر ، وأكد ١٧,٧٪ من المبحوثين (بواقع ٢٢ مفردة) انهم حصلوا على هذه الدورات فى نقابة الصحفيين واستفاد ٤٪ (٥ صحفيين) من المبحوثين من دورات معهد الأهرام الأقليمى بينما أشارت النتائج إلى أن ما يقرب من نصف العينة ٤١,٩٪ أجابوا بأنهم لم يتلقوا دورات تعليمية فى تعلم الكمبيوتر ، فأكد ٢٦,٦٪ (٣٣ صحفى) من المبحوثين انهم علموا أنفسهم بأنفسهم ، والآخرون بواقع ١٥,٣٪ (١٩ صحفى) تعلموا من الأصدقاء . وكان ٦,٥٪ من الصحفيين المبحوثين قد تلقوا تعليماً نظامياً على الكمبيوتر (ثمانية صحفيين) وهو السبب فى تأهليهم للعمل بالصحف .

٢- كشف البحث أن ٤٥,٢٪ من الصحفيين فى العينة لم يجيدوا التعامل مع جهاز الكمبيوتر بعد ، بينما اكد ٥٤,٨٪ انهم وصلوا الى مرحلة الإجادة (بواقع ٦٨ صحفى) وتساوى فى النسبة من استغرق فى التعليم فترة الشهر لإجادة الكمبيوتر ٢٦,٥٪ (بواقع ١٨ صحفياً) مع من تعلموا الكمبيوتر خلال ثلاثة اشهر ، ثم الصحفيون الذين تعلموا الكمبيوتر خلال شهرين واجادوا الكمبيوتر بنسبة ١٠,٣٪ (٧ صحفيين من ٦٨ صحفى يجيدون التعامل) مما يدل على أن الصحفيين فى حاجة إلى فترة تدريب على إستخدامات الحاسب الآلى تتراوح ما بين شهر الى ثلاثة شهور . وجاءت النتائج الأخرى متباينة الى حد بعيد فأكد ستة صحفيين انهم استغرقوا سنة لإجادة التعامل ثم تساوت نسبة من قال انه اجاد الاستخدام فى أسبوعين ٧,٣٪ (بواقع خمس صحفيين) مع الذين استغرقوا ستة أشهر وجاء باقى الصحفيون المبحوثون بنسب متفاوتة حيث أكد ٤,٤٪ (٣ صحفيين) بأنهم اجادوا استخدام الكمبيوتر بينما أشار صحفى واحد بأنه أسغرق ثلاث سنوات ، وأخر انه استغرق سنتين وأكد الثالث أنه استغرق أربعة أشهر فقط لإجادة الكمبيوتر .

٣- وحول امتلاك الصحفيين المبحوثين لأجهزة الكمبيوتر الشخصي اتضح من نتائج الأستبيان أن ٥٤٪ من الصحفيين يملكونها بينما اكد ٤٦٪ بأنهم لا يمتلكون كمبيوتر شخصي وعن مدى توفير المؤسسة الصحفية لجهاز كمبيوتر ليعمل عليه الصحفيون بها اكد ٦٢,٩٪ من العينة (بواقع ٧٨ صحفياً) أن المؤسسة توفر لهم الأجهزة بينما اكد ٣٧,١٪ من العينة (بواقع ٤٦ صحفياً) ان مؤسستهم لاتوفر لهم أجهزة خاصة للعمل عليها .

ثانياً: استخدامات الصحفيين للانترنت في ادائهم الصحفي :

تشير نتائج الأستبيان إلى أن جميع الصحفيين في العينة يؤمنون بأهمية شبكة الأنترنت في الأداء الصحفي ، حيث لم يشر صحفي واحد الى أن الانترنت غير مفيده على الإطلاق بينما اكد ٨٢,٣٪ من صحفي العينة (بواقع ١٠٢ صحفياً) بأن الانترنت مفيده جداً واكد ١٩ صحفياً (١٥,٣٪) انها مفيدة بينما أشار ثلاثة صحفيين فقط (٢,٤٪) انها مفيدة الى حد ما مما يدل على أن الصحفيين في غالبيتهم يرون أن استخدام الشبكة مفيد جداً بالنسبة لعملهم الصحفي وجاءت اولويات استخدام الانترنت كالآتي :

١- **الأنترنت كمصدر للمعلومات** : عن مجالات الاستفادة من الشبكة بصفة عامة كشف البحث أن الصحفيين المبحوثين يضعون الشبكة كمصدر للمعلومات بصفة أساسية وكأولوية أولى وذلك لتوفير هذه المعلومات أو لسرعة الحصول عليها أو للحصول على معلومات أرشيفية .. إلخ .

٢- **الأنترنت كوسيلة لمتابعة الأحداث الجارية** : جاءت متابعة الأحداث العالمية والحصول على الأخبار والتحاليل والتقارير الإخبارية ، في المرتبة الثانية .

٣- **شبكة الأنترنت لمتابعة الصحف** : حيث يتم الاطلاع على النسخ الألكترونية من الصحف الأجنبية والعربية .

٤- **الأنترنت لاستخدام البريد الألكتروني** : وجاء في المرتبة الرابعة استخدام البريد الألكتروني وما يوفره من سرعة اتصالات .

٥- **الأنترنت لإجراء حوارات مع مصادر خارجية** : وجاءت إمكانية إجراء حوارات مع مصادر خارجية للمعلومات في المرتبة الخامسة .

٦- **الأنترنت للاطلاع على الأبحاث** : وجاء الاطلاع على الابحاث العلمية في الخارج في المرتبة السادسة .

٧- **الأنترنت للحصول على الصور** : وجاء الاستعانة بالأنترنت في الحصول على صور خاصة في الصحف ذات الأمكانات المحدودة في المرتبة السابعة .

وعن كيفية إستخدام الصحفيين لشبكة الانترنت أبرز التحليل لإجابات الصحفيين الآتي :

١- **عن تعامل الصحفيين مع الشبكة :** اكد في البداية ٩٠,٣٪ من صحفيي العينة (بواقع ١١٢ مفردة) انهم تعاملوا مع شبكة الأنترنت من قبل ، على الرغم من أن ٥١,٨٪ (بواقع ٦٤ صحفيي من العينة) أكدوا انهم لم يحصلوا على دورات تدريبية على الأنترنت في مقابل ٤٨,٤٪ من صحفي العينة حصلوا على مثل هذه الدورات .

٢- **وعن المراكز التي تدرب فيها الصحفيون على استخدامات الأنترنت:** تساوت نقابة الصحفيين ومركز الأهرام الاقليمي في المرتبة الأولى كمراكز لتدريب الصحفيين على الأنترنت بنسبة ٢٨,٣٪ لكل منهما ثم جاء مركز المعلومات بمجلس الوزراء والسفارة الامريكية في المرتبة الثانية بنسبة ٣,٣٪ لكل منها (صحفيان لكل من المكانين) وأخيراً تساوت الأماكن الأخرى مثل الجرائد ذاتها : الجمهورية ، العربي ، أو الذين تلقوا تدريباً في الجامعة الأمريكية أو بالخارج فلم يتعد لكل مركز تدريب «صحفياً» واحداً فقط .

٣- **طريقة تعامل الصحفيين مع الأنترنت :** أما عن كيفية التعامل مع شبكة الأنترنت فقد كشفت الدراسة أن هناك طريقتين للتعمل مع الشبكة الأولى تتمثل في أن يفتح الصحفي الجهاز ويدخل مباشرة ليبحث عما يريد وقد اكد ٩٠ صحفياً من العينة بأنهم يستخدمون هذا الاسلوب بنسبة ٧٢,٦٪ من العينة ، أما الطريقة الثانية فهي غير مباشرة حيث يطلب الصحفي من قسم المعلومات بالجريدة بعض المعلومات عبر الأنترنت وقد أكد ٣٤ صحفياً من العينة أنهم يلجأون لهذه الطريقة (يمثلون نسبة ٢٧,٤٪) لأنهم لم يجيدوا استخدام الأنترنت بعد وأن كانوا يستشعرون ضرورة الأستفادة منها وبالتالي يسألون «**قسم الأنترنت**» بالصحيفة لإمدادهم بالمعلومات .

٤- **كيفية تعامل الصحفيين مع المعلومات الواردة عبر الشبكة :** وعن كيفية تعامل الصحفيين مع المعلومات التي يستقونها من شبكة الأنترنت أكد غالبيتهم ٥٨,١٪ بأنهم يقرأونها ثم يأخذون بعض المعلومات بعد دراستها ، وأكد نصفهم أنهم ينسخون المعلومات التي تهمهم في ملفات خاصة لحين الحاجة إليها - أما بالنسبة للخيارات الأخرى في التعامل مع الشبكة فتشير نتائج الأستبيان ان ١٦,١٪ (بواقع عشرين صحفياً من العينة) يطبعون المادة مباشرة وينشرونها فوراً .

وعلى الجانب الآخر نجد أن الغالبية العظمى من صحفي العينة ٨٣,٩٪ (١٠٤ صحفي) لايقارنون بين المادة التي يحصلون عليها من الأنترنت وبين الوكالات الأخرى .

٥- **ترتيب استخدامات الصحفيين لمعلومات الشبكة** : أما بالنسبة لترتيب استخدامات الصحفيين لمعلومات الشبكة فقد جاءت متسقة مع تصوراتهم حول حجم الأستفادة ، حيث وضح ٨٠ صحفياً من العينة (يمثلون ٦٤,٥٪) استقاء المعلومات المختلفة فى المرتبة الأولى لاستخدامات الأنترنت بينما جاء الاتصال بالمصادر المختلفة فى المرتبة الثانية من جانب ٢٩ صحفياً (يمثلون ٢٣,٤٪ من العينة) وجاء البريد الألكترونى فى المرتبة الثالثة واخيراً جماعات الدردشة .

٦- **عدد المرات التى استعان بها الصحفى بالأنترنت خلال ثلاث شهور:** وحول عدد المرات التى استعان بها الصحفى بشبكة الأنترنت واستخدم هذه المادة فى موضوعاته الصحفية خلال الأشهر الثلاثة الماضية أكد ٥٨ صحفياً من العينة (يمثلون ٤٦,٨٪) لهم استخدموا الأنترنت أكثر من خمس مرات بينما أشار ٤٤ صحفياً (٣٥,٥٪ من الصحفيين) انهم استخدموها خمس مرات فقط بينما تساوى الذين استخدموها لثلاث مرات مع الذين استخدموها أقل من ذلك خلال الثلاثة أشهر (١١ صحفياً يمثلون ٨,٩٪ من العينة) .

٧- **الموضوعات التى جذبت اهتمام الصحفيين على الأنترنت** : وعن أهم الموضوعات التى استعان بها صحفيى العينة بشبكة الأنترنت فسنجد أن الأحداث العالمية المتفاعلة وبخاصة السياسية منها هى التى جذبت اهتمام الصحفيين مثل فضيحة «**مونيكا وكلينتون**» ، «**ضرب العراق**» ، «**السياسة الاسرائيلية تجاه السلام**» ، و«**الموقف من إعلان الدولة الفلسطينية**» ، و«**نص اتفاقية واى بلانتيشن**» تلتها الموضوعات الرياضية مثل «**تحليل وتغطيات كأس العالم**» ثم تساوت الموضوعات الاقتصادية مثل «**أوربا الموحدة**» و «**عملة اليورو**» مع الموضوعات العلمية مثل «**ثقب الأوزون**» و «**الألغام الأرضية**» و « **فيروس الكمبيوتر ميلسيا** » ومشكلة «**اصفار الكمبيوتر عام ٢٠٠٠**» ثم موضوعات الفنية مثل «**مهرجان القاهرة السينمائى**» ، معلومات عن «**اذاعات ومحطات التليفزيون**» تليها موضوعات عن «**المرأة والطفل**» .

٨- **أهم المواقع التي يتابعها الصحفيون على الشبكة** : جاءت شبكة CNN الأمريكية فى المرتبة الأولى يليها موقع Yahoo اليهودى ثم الـBBC البريطانية فى المرتبة الثالثة ثم مواقع الشبكات الأخبارية مثل الوكالات خاصة Euro-News,Info Seek,AP .. وغيرهم من مواقع الجرائد الغربية بينما نجد أن استخدام الصحفيين لمواقع الجرائد العربية

يأتى فى ذيل قائمة الأولويات مما يؤكد على أن الأنترنت تساهم ايضاً فى تكريس اعتمادية القائم بالاتصال المصرى على المصادر الأجنبية ، وإذا كان اعتماده فى الماضى على الوكالات الأمريكية والبريطانية كمصادر رئيسية للأنباء فقد طرحت Yahoo كشبكة يهودية نفسها على الصحفيين وجاءت فى المرتبة الثانية بفارق ضئيل عن CNN ويبرر الصحفيون استخدامهم لهذا البرنامج فى البحث والتنقل بأنه جذاب وسهل الأستخدام وتتوافر فيه الكثير من المعلومات .

٩- اهم الموضوعات التى يتابعها الصحفيون على الشبكة : والموضوعات التى يحرص الصحفيون المصريون على متابعتها تتمثل فى ملفات عن قضايا المرأة والموضة والسمنة لدى الأطفال ثم الموضوعات الاجتماعية الخفيفة مثل نشاط الجمعيات العربية فى الولايات المتحدة الأمريكية ، نشاط الجاليات العربية فى أوربا وأحتفالهم بالعيد وأخيراً الموضوعات الدينية مثل الحملة التى شنتها الشعب على **«كتاب محمد»** لمكسيم رودنسون المتواجد فى مكتبة الجامعات الامريكية ونشاطات الجامعة الإسلامية فى هولندا.

١٠- هل تغنى الأنترنت عن استخدام الوكالات الصحفية ؟: وعما إذا كان الصحفى يرى أن الأنترنت تغنيه عن اللجوء الى وكالات الأنباء فقد أجاب ٦٠ صحفياً (يمثلون ٨٤,٤٪ من العينة) بأنهم يستغنون أحياناً عن الوكالات ويستخدمون الأنترنت بينما أكد ١٠,٥٪ (١٣ صحفياً) بأنهم أصبحوا فعلاً لا يستخدمون الوكالات بينما أشار ٤١,١٪ أن الأنترنت لم تغنيهم عن إستخدام الوكالات .

١١- طبيعة المعلومات الأكثر إستخداماً عبر الأنترنت : وعن أهم المعلومات الأكثر إستخداماً فى المواقع المفضلة للصحفيين التي يتم الاستفادة منها دلت نتائج الاستبيان على أن الموضوعات «السياسية» جاءت فى المرتبة الأولى ثم الموضوعات «الثقافية» ثم «الاقتصادية» ثم «الترفيه» ، يليها « الاختراعات الحديثة » فى المرتبة الخامسة ثم «الفنية» يليها «قضايا المرأة» فى المرتبة السابعة وتساوى «الطفل» مع «الرياضة» فى المرتبة الثامنة و «الصحة» فى المرتبة التاسعة يليها «الدين» فى المرتبة العاشرة يليها « السلع » فى المرتبة الأخيرة .

١٢- مدى التدقيق فى مصادر المعلومات التى تقدمها الأنترنت : أكد ٧٤,٢٪ من المبحوثين (٩٢ صحفياً) بأنهم يدققوا فى مصادر هذه المعلومات فى حين أكد ٣٢ صحفياً يمثلون ٢٥,٨٪ من العينة أنهم لا يدققون فى هذه المصادر وينشرونها مباشرة.

١٣- هل تعيق اللغة الإنجليزية الصحفيين عن استخدام الشبكة ؟ : وعن استخدام اللغة الانجليزية وعما إذا كانت تمثل عقبة للصحفيين تعيق استخدامهم لشبكة الأنترنت أكد نصف المبحوثين (٦٢ صحفياً) أن اللغة لا تشكل عقبة أمام استخدامهم للشبكة بينما رأى ٤١,١٪ (٥١ صحفياً) أن اللغة تشكل عقبة احياناً فى حين اكد ٨,٩٪ (١١ صحفياً) أن اللغة الإنجليزية تشكل عائقاً فى إستخدام شبكة الزنترنت .

ثالثاً: تصور الصحفيين المصريين لمستقبل الصحافة الالكترونية:

ارتفعت نسبة الصحفيين الذين يرون أن صحيفة المستقبل ستجمع بين الصحافة الورقية والالكترونية معا بواقع ٧٤,٢٪ (٩٢ صحفياً) فى حين يرى ١٨ صحفياً يمثلون ١٤,٥٪ من العينة أن الصحافة الألكترونية هى التى ستسود مستقبلاً فى حين أكد ١٤ صحفياً يمثلون ١١,٣٪ على استمرارية الصحافة الورقية .

وجاء تصور الصحفيين لصحافة المستقبل كالآتى :

١- ما مدى استفادة الاقسام التحريرية من الأنترنت مستقبلاً : وعن الأقسام التحريرية التى يمكن أن تستفيد اكثر بالأنترنت فى المستقبل فقد وضع الصحفيون المصريون المثلون فى العينة قسم الأخبار فى المرتبة الأولى التى يمكن ان تستفيد من الأنترنت يليه القسم الخارجى فى المرتبة الثانية يليه القسم الاقتصادى ثم تساوى قسما الرياضة مع المرأة فى المرتبة الرابعة ثم القسم الفنى فى المرتبة الخامسة ثم القسم الدينى واخيراً التحقيقات الصحفية .

٢- وعن الإضافات التى يمكن تقدمها الانترنت للصحافة المصرية :

فى البداية اكد ١١٢ صحفياً (٩٠,٣٪) ان شبكة الانترنت تسهم فى إعطاء إضافات فى الاداء الصحفى وحول تصور الصحفيين لنوعية هذه الإضافات اكد الغالبية منهم على زيادة حجم المعلومات التى تتناولها الجريدة وتنوعها ، كذلك إمكانية الوصول الى المعلومات من مصادرها الأساسية ، وتنويع مصادر الموضوعات الصحفية ، وزيادة المعلومات المتخصصة فى مختلف المجالات كما أكد الصحفيون على الاستفادة من الانترنت ايضاً فى إضافة ابعاد تحليلية جديدة للأحداث وإضفاء صيغة عالمية لبعض القضايا التى تناقشها الصحيفة مما يمكن القارئ من رؤية افضل للأوضاع فى العالم ، كذلك اعتبر الصحفيون الانترنت منبعاً للأفكار الجديدة وانها توفر الوقت وعلى الجانب الآخر نجد أن هناك نسبة من الصحفيين وإن كانت قليلة رأت أن الأنترنت تتسم بالدقة والموضوعية وتمكن الصحفى من الأستغناء نهائياً عن المكتبة وأنها تصلح لترجمة بعض

الموضوعات الجاهزة كما أنها فرصة للحصول على صور من شبكة CNN مما يعكس اختلاط الأمور لدى بعض الصحفيين وعدم وضوح الأضافات الحقيقية والنظر للأنترنت نظرة محدودة أو غير موضوعية على أساس أنها قادرة على تقديم كل المعلومات بدقة وموضوعية .

رابعا: حول متابعة مواقع الصحف المختلفة على الانترنت :

وفى هذا الإطار ركزت الدراسة على عدة نقاط هى مدى متابعة الصحفيين لمواقع الصحف المصرية والمواقع الصحف العربية ومواقع الصحف الأجنبية على الشبكة والمقارنة بينهم وجاءت النتائج كالأتى :

١- **بالنسبة للتساؤل الأول** : فقد أكد ٦٢ صحفياً (يمثلون ٥٠٪ من العينة انهم يتابعون مواقع الصحف المصرية أحياناً على الأنترنت فى مقابل ٥٣ صحفياً (يمثلون ٤٢,٧٪ من العينة) لا يتابع هذه المواقع ولم تتعدى نسبة الذين يتابعون مواقع الصحف المصرية باستمرار (دائماً) عن ٧,٣٪ بواقع تسع صحفيين فقط من العينة .

٢- **وحول متابعة الصحفيين لمواقع الصحف العربية على الأنترنت** : فقد تساوت نفس هذه النسبة تقريباً مع نسبة متابعة الصحفيين المبحوثين لمواقع الصحف المصرية على الشبكة حيث أكد ٤٨,٤٪ من الصحفيين أنهم أحياناً ما يتابعون مواقع الصحف العربية وفى حين لا يتابعها ٤١,١٪ من صحفيى العينة (يمثلون ٥١ مبحوثاً) بينما نسبة الذين يداومون على متابعة مواقع الصحف العربية لا يزيد عن ١٠,٥٪ بواقع ١٣ صحفياً من العينة المسحوبة .

٣- **وعن تصور الصحفيين للإضافات التى قدمتها مواقع الصحف العربية على الشبكة** : جاء فى المرتبة الأولى التأكيد على تعريف العالم بشكل الحياة فى العالم العربى أو نقل الواقع العربى للعالم وجاءت الإضافة الثانية من وجهة نظر الصحفيين فى إتاحة الفرصة لمطالعة هذه الصحف يومياً دون الحاجة الى شرائها ، وفى المرتبة الثالثة إضافة التواجد المستمر على الشبكة وتساوى معها ربط المواطنين العرب المغتربين بوطنهم الأم وتقديم آخر التطورات عن الوطن لهم .. وجاءت بعد ذلك بنسبة ضئيلة ان هذه المواقع تسهل تعريف البلد العربى وما يحدث فى البلد الآخر وإمكانية تقديم وجهة نظر عربية ، وتقديم معلومات تفيد فى مجالات التخصص المختلفة ، وتعطى لها بعداً عربياً وكسر حاجز نقص المعلومات بين الدول العربية بعضها البعض ، وربط ابناء الوطن العربى بعضهم ببعض من خلال الأنترنت ، وإمكانية نشر تفاصيل اكثر حول مختلف الموضوعات التى تهم العالم العربى وتقديم صورة عن الأحداث والأوضاع الداخلية في بعض الدول العربية .

تقييم الصحفيين لمواقع الصحف العربية

وعن رأى صحفيو العينة فى أوجه النقص التى تعانى منها مواقع الصحف العربية على الأنترنت يمكننا القول بأن آرائهم قد ابرزت ثلاث مشاكل أساسية : فنية ، واسلوب الاخراج والمضمون .

اولاً : المشاكل الفنية التى تواجه الصحفيين مع مواقع الصحف العربية:

بشكل عام اكد غالبية المبحوثين أن مواقع الصحف العربية لم تقدم صحفاً الكترونية بعد بالمفهوم الذى تقدم به الصحف الأجنبية مواقعها وانها حتى الآن لم تحل مشكلة العرض من خلال النص وتكتفى بالاعتماد على الصورة وان اغلب مواقع الصحف العربية تعانى من بطئ فى التحميل ، وصعوبة مع فتح بعض الصفحات الاليكترونية وإغفال استخدام بعض البرامج الجديدة أو متابعة الجديد فى تكنولوچيا المعلومات والإفتقار الى تقنية متطورة فى العرض ومحدودية السعة التى تؤثر على كم المعلومات التى تبث فى هذه المواقع .

كما أن بعض مواقع الصحف العربية لا تسعى للتجديد المستمر مما يجعلها تعرض المادة لمدة يومين حيث مثيلاتها الأجنبية تجدد مادتها باستمرار ويومياً .

كما تعانى مواقع الصحف العربية من صعوبة قراءة الإرسال وأخيراً فإن بعض مواقع هذه الصحف تشترط الاشتراك - مقابل مادى - مما يحول دون متابعتها المستمرة .

ثانياً : مشاكل خاصة بالشكل الإخراجى للمواقع :

اكد المبحوثون أن إخراج أغلب مواقع الصحف العربية على الأنترنت ما زال تقليدياً ويفتقر للاعتماد على الصور والرسوم المصاحبة للمادة الى حد كبير داخل الموقع وان تصميم بعض الصفحات يكون سيئاً جداً ويصيب بالملل ويفتقد للجاذبية التى تدفع للقراءة وبشكل عام فإن اسلوب اخراج الصحف العربية على الأنترنت لا يتناسب مع مفهوم إخراج الصحافة الاليكترونية .

ثالثاً : مشاكل خاصة بالمضمون الصحفى العربى :

أشارت نتائج البحث الى أن الصحفيين يرون أن مضمون ما ينشر على المواقع العربية يفتقر الى حرية التعبير ولا يختلف عما ينشر فى الصحافة العربية المطبوعة .

وأن المضمون يركز فى أغلبه على الأسر الحاكمة وأغلبه للنخبة الحاكمة مما يجعله يفتقر الى المصداقية ولا يعبر عن الواقع العربى ويتضح ذلك فى الإفتقار الى التحليلات الجريئة والمتعمقة وعدم التنوع فى المصادر وعدم شمولية الموضوعات التى تقدم والتركيز فقط على المعلومات العامة وقد أدى ذلك إلى أن طبيعة الاخبار لا تتناسب مع الأنترنت وأن الأخبار المسموح بنشرها لا تعطى كل المعلومات المطلوبة وحتى المواقع التى تنشر نفس ما ينشر فى الصحف المطبوعة فإنها تنشره بتلخيص مبالغ فيه للموضوعات ، وتتسم متابعتها الإخبارية بالبطئ وتفتقر الى التحديث . كما أن المضمون يفتقر إلى تقديم مادة علمية أو الأهتمام بالمواد التاريخية وطالب المبحوثون بضرورة التفكير جدياً فى تغيير الأسلوب وتوحيد المصطلحات العربية حتى لا يحدث لبس لدى القراء وتطوير اسلوب تخزين المعلومات بطريقة تتفق مع طبيعة الأنترنت .

مدى متابعة الصحفيين لمواقع الصحف الأجنبية

وعن مدى متابعة مواقع الصحف الأجنبية اكد ٤٤,٤٪ من صحفيى العينة (٥٥ صحفياً) أنهم يتابعون تلك المواقع بينما أكد ٣١,٥٪ من صحفيى العينة (٣٩ صحفياً) أنهم يتابعون هذه المواقع دائماً فى حين أن نسبة ٢٤,٢٪ (بواقع ٣٠ صحفياً من العينة) لا يتابعون المواقع الأجنبية على الإطلاق .

اسلوب متابعة المواقع العربية والأجنبية على الأنترنت

بمقارنة الصحفيين الذين يتابعون مواقع الصحف المصرية والعربية من جانب ومواقع الصحف الأجنبية من جانب اخر سنجد الآتى :

١- عدد الصحفيين الذين يتابعون هذه المواقع متقارب الى حد كبير (٥٠٪ فى المصرية ، ٤٨,٨٪ بالنسبة للمواقع العربية ، ٤٤,٤٪ بالنسبة للمواقع الصحف الأجنبية) إلا أنه هناك تباين بين الذين دائماً ما يتابعون مواقع الصحف الأجنبية بالنسبة للمواقع المصرية والعربية حيث تشير نتائج البحث أن ٣١,٥٪ من صحفيى العينة دائماً ما يتابعون مواقع الصحف الأجنبية مقابل ٧,٣٪ من العينة دائماً ما يتابعون مواقع الصحف المصرية و١٠,٣٪ من العينة دائماً ما يتابعون مواقع الصحف العربية ، مما يؤكد حرص الصحفيين على متابعة مواقع الصحف الأجنبية اكثر من المواقع المصرية والعربية المتوفرة على الشبكة .

٢- وعن الفروق بين مواقع الصحف العربية ومواقع الصحف الأجنبية اكد الصحفيون





١-أشارت نتائج الدراسة ٦, ٨٠٪ من صحفى العينة (مائة صحفى) يرون أن المعالجة الصحفية في الصحافة الالكترونية سوف تختلف عنها فى الصحافة المطبوعة ، وأن هذا الاختلاف سيتمثل فى حيوية الخبر والمعلومة ويستدعى العمل على تحديث الأخبار أولاً بأول ، ومعالجة المضمون معالجة مختلفة تتواكب مع اتساع الجمهور - الجمهور العالمى - كذلك الاعتماد على مصادر لها طابع دولى ، والحرص على ترجمة ما ينشر بالعربية الى الإنجليزية ، والاهتمام بالخلفيات نظراً لأختفاء مشكلة المساحة فى الصحافة الألكترونية والأستفادة من التطورات الحديثة فى الإخراج والاستعانة أحياناً بالصوت والصورة فى معالجة الأحداث مع الحرص على تقديم معلومات اكثر دقة حتى ترتفع مصداقية الصحف الالكترونية العربية .

٢- أما الصحفيون الذين يرون عدم وجود اختلاف فى المعالجة والذين يمثلون ١٩,٣٪ من مجموعة صحفى العينة (٢٤ صحفياً) فيرجعون اسباب ذلك إلى أن السياسة التحريرية هى المسئولة عن التغيير فى المعالجة الصحفية وليس التقنية (سواء مطبوعة أو الكترونية) وأن الشواهد حتى الآن تدل على ذلك حيث أن الصحف المصرية التى لها مواقع على الأنترنت تنقل نفس النسخة المطبوعة مع الاختصار أحياناً ومع انتقاء المقالات أحياناً أخرى، والصحف المصرية ومازالت تركز على وجهة نظر الإدارة إكثر من أهتمامها باحتياجات الجمهور ولم تسع حتى الان لفهم خصوصية الجمهور العربى والمصرى على وجه الخصوص.

٣- وحول ما إذا كانت هناك فنون صحفية بعينها جديدة أو قديمة سوف تقتصر عليها الصحافة الالكترونية ، نفى ٩, ٨١٪ من الصحفيين الممثلين فى العينة (١٠١ صحفى) أن يكون هناك فنوناً صحفية بعينها تستخدمها الصحافة الالكترونية العربية بينما رأى ١٨,٥٪ من العينة الممثلة (٢٣ صحفياً) أن الصحافة الالكترونية العربية سوف تطور من استخدام الارشيف والمراجع العلمية والتأصيل التاريخى للأحداث ، وستتوسع فى إجراء الاستفتاءات الداخلية والخارجية وفكرة تحديث الأخبار أولاً بأول ، وعمل تغطيات صحفية بالتقنيات الحديثة مثل الصوت والصور المتحركة (استخدام الفيديو) .

٤- أما عن متطلبات الصحافة العربية الاليكترونية ، فقد أكد صحفيو العينة أن بالنسبة للمضمون يجب التركيز على المضمون المحلى الذى يهم متابع الأنترنت بالخارج ، وعدم تبنى مواقف الدولة وتقديم مضمون يراعى الجمهور العالمى الذى اصبح متاح له مصادر عديدة لاستقاء الأنباء مع التأكيد على المصداقية والدقة والتجديد الدائم وإمكانية التصحيح.

٥- أما من الناحية الإخراجية قد ركز صحفيو العينة على ضرورة إجادة التصميم الالكترونية والتدريب على كيفية الإبداع والتوائم بين الصحف العادية والاليكترونية والحرص على الأهتمام بعوامل كسر الملل والجاذبية لضمان الأحتفاظ بزائر الموقع لأطول فترة ممكنة واختيار البرامج المناسبة لصحافتنا العربية .

تأثير تملك الصحفى لكمبيوتر شخصي على استخدامه لشبكة الانترنت :

أشارت نتائج التحليل الاحصائى بأن هناك ارتباطاً بين تملك الصحفى لكمبيوتر شخصى وبين تعامله مع شبكة الأنترنت (حيث جاءت معامل الارتباطات ٠,٠١١) وإن كانت هذه العلاقة ضعيفة (قيمتها ٠,٢) ، كذلك اتضح أن الذين يملكون أجهزة الكمبيوتر يتعاملون بأنفسهم مع الشبكة اكثر مما يطلبون من قسم المعلومات بالجريدة معلومات من الأنترنت (٤١,١٪ من مجموع العينة فى مقابل ١١,٣٪ من مجموع العينة يطلبون من قسم المعلومات) وأن هناك علاقة ارتباط بين التملك الاستخدام المباشر للأنترنت (معامل ارتباط = ٠,٠٠٥) وإن كان ارتباطاً ضعيفاً (قيمته ٠,١).

وحول أن توفير المؤسسة لجهاز كمبيوتر لصحفييها يسهل على الصحفى استخدام الانترنت :

أتضح من البحث أن توفير المؤسسة للصحفى لجهاز الكمبيوتر للعمل عليه يسهل له استخدام شبكة الأنترنت وثبت من التحليل الاحصائى أن هناك ارتباط بين أن توفر المؤسسة جهاز كمبيوتر وبين تعامل الصحفى مع الأنترنت (معامل ارتباط + ٠,٠١) .

وعما إذا كانت اللغة الإنجليزية تمثل عائقاً لاستخدام الصحفى فى عدد مرات استيقائه للمعلومات من شبكة الأنترنت ، أثبت التحليل الاحصائى أن الذين تشكل لهم اللغة الإنجليزية عائقاً المتابعة لم تتعد نسبة الذين اعتمد منهم على استقاء المعلومات لأكثر من ٥ مرات عن ٤,٨٪ (١١ صحفياً) بينما كانت نسبة الذين أحياناً ما تشكل لهم اللغة الإنجليزية عائقاً للتعامل ١٦,٩٪ (٢١ صحفياً) استقوا معلومات لأكثر من ٥ مرات فى الثلاث أشهر الأخيرة أما الذين لا تعتبر اللغة الإنجليزية عائقاً لديهم كانت نسبة الذين استقوا منهم معلومات لأكثر من ٥ مرات خلال الثلاث أشهر الأخيرة ٢٥٪ (٣١ صحفياً) مما يثبت أن اللغة تتحكم فى عدد مرات استقاء الصحفى للمعلومات من شبكة الأنترنت .





العالمية وهو ما يمثل نوعاً من الملاحقة لهذه الأچندة - ولم يسع الصحفيون المصريون للاستفادة من شبكة المعلومات فى لفت الأنظار لموضوعات محلية أو عربية تستحق أن تكون محور اهتمام وعلى أچندة اهتمامتنا .

٦- ارتباطاً مع النتيجة السابقة وتأسيساً على فكرة اعتمادية الصحفيين على الأچندة العالمية مما يؤكد صحة مقولة أن شبكة الانترنت على الرغم من تدعيمها للحق فى الاتصال فهى لا تزال تكرس تبعية فى دول الجنوب ، حيث اتضح من تحليل المواقع التى يعتمد عليها الصحفيون المصريون فى التعامل مع الانترنت على انهم يعتمدون على المواقع الأمريكية واليهودية موقع CNN وموقع ياهووه وهو مؤشر على فشلنا حتى الآن فى الاستفادة من الشبكة لرفع مصداقية مواقع المعلومات العربية والمصرية .

٧- كشفت الدراسة على أن القائم بالاتصال المصرى يتابع مواقع الصحف الأجنبية أكثر من متابعته لمواقع الصحف المصرية والعربية التى يصفها بأنها دعائية وتنحاز للحكام فى الوطن العربى .

٨- تمثلت التحديات الأساسية التى تحملها الانترنت للصحافة المصرية من وجهة نظر الصحفيين المصريين فى إشكالية ثقافة التغريب ، وعدم قدرتنا كحضارة متميزة على منافسة الامكانات الهائلة لهذه الثقافة الغربية والمتمثلة فى عدم قدرة الصحافة العربية والمصرية على مواجهة ظاهرة تفجر المعلومات فى العالم مما أدى إلى غزارتها وتنوعها فى مواجهة أشكالية اصرار العقل العربى على سرية المعلومات مما يضطر الصحفى المصرى للاعتماد على مصادر أجنبية لأن المصادر حتى المحلية منها لا توفر المعلومات المطلوبة . فقد أشار بعض صحفيى العينة إلى سهولة اتصالهم بمكتبة الكونجرس الأمريكى فى الوقت الذى يصعب عليهم الاتصال ببعض الوزارات المصرية التى غالباً ما تكون معلوماتها دعائية .

٩- اتضح من الدراسة انه لا توجد فروق جوهرية بين الصحفيين المصريين فى إستخداماتهم للانترنت تبعاً لانتمائهم المؤسسى إلا فى متغير توفير المؤسسة لجهاز كمبيوتر للصحفى وتكرار تعاملهم مع شبكة الانترنت .

المصادر والمراجع

(١) خالد محمود عبد الغنى - رحلة إلى عالم الانترنت (القاهرة : ١٩٩٧ ، د.ن) ص٢٥ .

(3) Denton Frank & Kurtz Horward . Reinventing the Newspaper - The Twentieth Century Fund . Inc . USA Copyright 1993 .

(٣) سامى طايع - استخدامات شبكة المعلومات (الانترنت) فى الحملات الإعلامية - المجلة المصرية لبحوث الإعلام - مجلة الإعلام - جامعة القاهرة ، العدد الثانى ، أبريل يونيو ١٩٩٧ - ص٣ .

(٤) عبد القادر الكاملى ، العرب وانترنت .. حصاد ٩٨ ، آفاق ٩٩ ، مجلة انترنت العالم العربى - العدد الخامس ، ص٢٨ ، ٢٩ .

(٥) العناوين الالكترونية لمواقع الصحف هى :

تحرير نت	-http: www, tahrir net
السياسة الدولية	- http: www, arg.eg.siyassa
الشعب	-http: elshaab.com
الوفد	- http: www, elwafd.com
الأهرام ويكلى	- http: www. ahram.org.eg/weekly
العالم اليوم	- http: www, el alam, alyoum
الأسبوع	- http: www, alospoa.com
الأهرام	- http: www, ahram. org.eg
العربى	- http: www, alarabi-egypt.com

(٦) لمزيد من التفاصيل عن مدخل الاستخدامات والاشباعات راجع :

- Sevrin, J . S . and Tankard, J.W. (1979) communication Theories. Origins, Methods and Uses "New York" : Hastings House Publications .

- Blumler, J . G. & Katz, E. (1974) "The Uses of Mass Communication : Current Perspectives on Gratification Research" Beverly Hills. Sage Publications .

- Mc.Quail, D. (1987) "Mass Communication Theory: an Introducation. London, Sage Publication 2nd ed.





جدول رقم (٣)

حول عدد صحفيي العينة الذين يمتلكون كمبيوتر شخصي

امتلاك كمبيوتر شخصي	تكرار	٪
نعم	٦٧	٥٤,٠
لا	٥٧	٤٦,٠
الإجمالي	١٢٤	١٠٠

جدول رقم (٤)

يوضح نسبة صحفيي العينة الذين توفر لهم مؤسساتهم كمبيوتر للعمل عليه

توفير المؤسسة الصحفية كمبيوتر للصحفيين	تكرار	٪
نعم	٧٨	٦٢,٩
لا	٤٦	٣٧,١
الإجمالي	١٢٤	١٠٠

جدول رقم (٥)

تصور صحفيي العينة لأهمية التعامل مع الانترنت

يدركون أهمية التعامل مع الانترنت	تكرار	٪
مفيدة جداً	١٠٢	٨٢,٣
مفيدة	١٩	١٥,٣
مفيدة إلى حد ما	٣	٢,٤
غير مفيدة على الاطلاق	–	–
الإجمالي	١٢٤	١٠٠

جدول رقم (٦)

يوضح مدى تعامل صحفيي العينة مع شبكة الانترنت

تعامل مع شبكة الانترنت من قبل	تكرار	٪
نعم	١١٢	٩٠,٣
لا	١٢	٩,٧
الإجمالي	١٢٤	١٠٠

جدول رقم (٧)

يوضح عدد صحفيي العينة الذين تلقوا دورات لتعلم الانترنت

حصلوا على دورات فى تعلم الانترنت	تكرار	٪
نعم	٦٠	٤٨,٤
لا	٦٤	٥١,٦
الإجمالي	١٢٤	١٠٠

جدول رقم (٨)

يوضح كيفية تعامل صحفيي العينة مع شبكة الانترنت

كيفية التعامل مع شبكة الانترنت	تكرار	٪
تفتح الجهاز وتدخل مباشرة وتبحث عما تريد	٩٠	٧٢,٦
تطلب قسم المعلومات	٢٩	٢٣,٤
أخرى	٥	٠,٤
الإجمالي	١٢٤	١٠٠





جدول رقم (١٣)

يوضح مدى تأكد الصحفيين من مصادر المعلومات على الأنترنت

يدققون فى مصادر معلومات الانترنت	تكرار	٪
نعم	٩٢	٧٤,٢
لا	٣٢	٢٥,٨
الإجمالى	**١٢٤**	**١٠٠**

جدول رقم (١٤)

يوضح عما إذا كانت اللغة الإنجليزية تمثل عائقاً للصحفيين

هل تمثل اللغة الانجليزية عائقاً لمتابعة الانترنت	تكرار	٪
نعم	١١	٨,٩
أحياناً	٥١	٤١,١
لا	٦٢	٥٠,٠
الإجمالى	**١٢٤**	**١٠٠**

جدول رقم (١٥)

يوضح تصور الصحفيين المصريين لشكل صحيفة المستقبل

تصور الصحفيين المصريين لشكل صحيفة المستقبل	تكرار	٪
ورقيـة	١٤	١١,٣
اليكترونيـة	١٨	١٤,٥
الأثنين معا	٩٢	٧٤,٢
الإجـمـالى	**١٢٤**	**١٠٠**

جدول رقم (١٦)

يوضح تصور الصحفيين المصريين للأقسام الأكثر استفادة من الانترنت

ترتيب المبحوثين للأقسام التحريرية التى يمكن ان تستفيد من الانترنت	الترتيب	نسبة الصحفيين الذين اختاروا هذا الترتيب ٪
الأخبار	الأول	٥٩,٧
القسم الخارجي	الثانى	٤٠,٣
القسم الاقتصادى	الثالث	٢١,٨
قسم الرياضة	الرابع	١٢,٩
قسم المرأة	-	١٢,٩
القسم الفنى	الخامس	٨,١
القسم الدينى	-	٣,٢
قسم التحقيقات	السادس	٣,٢




Converted by Tiff Combine - (no stamps are applied by registered version)

جدول رقم (٢١)

يوضح تصور الصحفيين المصريين لجمهور طبعات الصحف الالكترونية

جهود طبعات الصحف الاليكترونية العربية على الانترنت	الترتيب	نسبة الصحفيين الذين اختاروا هذا الترتيب ٪
المثقفون	الأول	٦٨,٥
المغتربون	الثاني	٦٦,١
رجال الأعمال	الثالث	٣٥,٥
الجمهور الأجنبي	الرابع	٢١,٨
الطلبةوالشبان	الخامس	١٩,٠

جدول رقم (٢٢)

يوضح تصور الصحفيين المصريين حول اختلاف المعالجة فى الصحف المطبوعة والالكترونية

اختلاف المعالجة الصحفية فى الصحيفة الالكترونية عن المطبوعة	تكرار	٪
نعم	١٠٠	٨٠,٦
لا	٢٤	١٩,٤
الإجمالي	١٢٤	١٠٠

جدول رقم (٢٣)

يوضح العلاقة بين إمتلاك الصحفيين لجهاز كمبيوتر وتعاملهم مع الانترنت

التعامل مع الانترنت / امتلاك جهاز كمبيوتر	نعم	لا	٪
نعم	٦٥ ٥٢,٨٪	٢ ١١,٦٪	٦٧ ٥٤,٠٪
لا	٤٧ ٣٧,٨٪	١٠ ٨,١٪	٥٧ ٤٦,٠٪
الإجمالى	١١٢ ٩٠,٣٪	١٢ ٩,٧٪	١٠٠٪

معامل ارتباط Fisher=11 تقبل الفرض البديل هناك ارتباط بين المتغيرين .

قوة االعلاقة = ٢ إذن فهى علاقة ضعيفة .


Converted by Tiff Combine - (no stamps are applied by registered version)



الصحافة العربية الإلكترونية

إلى أين؟

د. السيد بخيت

مع تطور ثورة المعلومات وتزايد مكانة الانترنت فى عالم الاتصال ، بدت دور النشر والمؤسسات الصحافية تسعى لتدشن لنفسها مواقع غير تقليدية فى الصدور والانتشار على الانترنت حدودها الفضاء الرحب لا البقعة الجغرافية المحدودة ، فى ظل مقولة رددها بيل جيتس تؤكد " أن مستقبل الصحافة المطبوعة يتمثل فى استخدام الانترنت وآمن البعض بهذه المقولة ، والبعض الآخر لم يقتنع والبعض يتخذ مواقف متذبذبة ، إلا ان السؤال المطروح الآن : هل فتحت الصحف لنفسها باستخدامها لانترنت آفاقاً جديدة ؟ أم سلكت طريقا لا تعرف نهايته ؟ وأين واقع الصحافة العربية الإلكترونية؟.

وجاءت بعض الاجابات فى مسح ميدانى أجرى على عدد كبير من الناشرين الصحافيين الامريكيين حيث أعرب ٤٥٪ منهم عن شعورهم بالقلق على مستقبل مهنة الصحافة من الانترنت ، ورأى ٣٠٪ منهم أن أيرادات الصحف ستتأثر ، واعتبر معظمهم الانترنت بمثابة عدو العشر سنوات المقبلة.

ويتواجد الآن على مواقع الإنترنت ما لا يقل عن أربعة آلاف ناشر للصحف والمجلات فى حالة تنافس ليس فقط مع بعضهم البعض ، ولكن أيضا مع وسائل الإعلام التقليدية ويؤكد معظمهم ان هذه المنافسة طويلة ومستعرة ، وتمثل تهديدا كبيرا لمستقبل مهنة الصحافة. وفى الوقت الذى ينفق فيه عدد كبير منهم مبالغ طائلة على تطوير مواقعهم ، واستمرارها ، فإن البعض الآخر قرر اغلاق < المحل / الموقع > نظراً

للتكاليف الباهظة ، ولكن النظرة العامة هى انه لابد من الدفاع عن السوق التقليدية لمؤسساتهم الصحافية ولابد من الاستفادة من الانترنت ، وانه فى الوقت الذى تمثل فيه الانترنت خطرا ، فهى تمثل أيضاً أكبر الفرص المتاحة لتحقيق ربحية للمؤسسة الصحافية.

ومن المؤكد ان الصحافة الالكترونية تعمل فى بيئة جديدة ومضطربة ومتغيرة ، وفى ظل مستقبل غير واضح المعالم ، والكل يريد إجابة عن السؤال الأساسى : هل " الويب " هو المجال الأمثل لإستثمار الأموال فى عالم الصحافة ؟

وكانت الصحافة الامريكية قد بدأت ، خطوة التواجد الصحافى على الانترنت، بعد عدة محاولات فى السبعينات والثمانينات لإيجاد بدائل جديدة لتوصيل المادة الصحافية للقراء عن الصحافة المطبوعة ولكن لم ينجح معظمها ، وتمثل ذلك فيما يعرف بالفيوترون والفيديوتكس والمينتيل والـ On Line Services ، إلا أنه مع تطور استخدام الانترنت فى منتصف التسعينات قفز التواجد الصحافى على الانترنت ، فكانت هناك فى يوليو ١٩٩٧ < ١٧٨٦ صحيفة > وفى فبراير ١٩٩٨ قفز العدد الى < ٢٥٥٤ صحيفة > ويقدر البعض الآن العدد بما يصل إلى ثلاثة آلاف صحيفة لهامواقع على الويب.

ومنذ منتصف التسعينات بدأت الصحف العربية تقتفى هذا الطريق ، ففى ٩سبتمبر من العام ١٩٩٥ توافرت الصحيفة اليومية العربية إلكترونيا لأول مرة عبر شبكة الانترنت ، وهى صحيفة الشرق الاوسط على شكل صور. وكانت الصحيفة العربية الثانية العربية التى توافرت على الإنترنت هى صحيفة النهار اللبنانية التى أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة إبتداء من الأول من فبراير ١٩٩٦ ثم تلتها جريدة الحياة ، وتصدر من لندن فى الأول من يونيو ١٩٩٦ والسفير فى نهاية العام نفسه . وحالياً تتوافر على الإنترنت ما لا يقل عن ٢٥ صحيفة يومية. وتعتمد هذه الصحف فى بثها للمادة الصحافية على نقنيات عدة متفاوتة ومختلفة ، ولكن أياً من هذه التقنيات المستخدمة لم يرتفع بالصحافة العربية إلى مستوى الصحيفة الالكترونية المتكاملة ، على الرغم من توافر عدد من أنظمة البحث والإسترجاع المتوافقة مع اللغة العربية .





مواقع أخرى للقراء فى أماكن عديدة من العالم العربى والخارجى ، وهو أمر يساعد فى زيادة معدل الإشتراكات فى الصحيفة من جهة وخاصة بين أبناء الوطن فى الخارج ، ومن ناحية أخرى فإن المعلن يهمه ان يصل إلى مساحة كبيرة من القراء تتخطى الحدود الجغرافية الضيقة ، ومن ناحية ثالثة ، فإن طرق توزيع وتلقى الصحيفة تتغير بشكل متسارع ، وهو أمر يستدعى التفكير فى طرق توزيع مختلفة ، أو على الأقل رصد التطورات التكنولوچية التى تحدث ، والتى منها ما تسعى اليه شركة ألمانية بتزويد القارئ بطابعة معينة ، تقوم بطباعة ما يريده القارئ من الصحيفة داخل منزله ، دونما حاجة لطبع الصحيفة فى مطابعها ، أو قيام القارئ بطباعة كل صفحات الصحيفة ‹ ايحتاجه وما لا يحتاجه ›.

لمن تصدر هذه الصحف ؟

سابعاً : أين موقع الصحيفة من المضمون المحلى والعالمى ؟ فمن الأمور الأساسية التى تحتاج إلى حسم معرفة نوعية جمهور الصحيفة الالكترونية ، فمن المؤكد انه لن يقرأ الصحيفة العربية الالكترونية إلا من يتقن هذه اللغة ، وإذا قلنا ان قراء العربية ينتشرون فى الدول العربية ، ولدى الجاليات العربية فى الخارج ، فهنا يطرح السؤال ، ماذا يمكن ان نقدم من مضمون فى صحيفة الكترونية ، هل هو المضمون المحلى الخاص بحدود الوطن أم المضمون العربى أم المضمون العالمى ، أم توليفة صحافية تجمع بين أكثر من نوع من هذه التشكيلة ؟

وأعتقد إن تجربة الصحف العربية الدولية ومضامينها واختياراتها الصحافية يمكن ان تساعد فى الإجابة عن هذا السؤال ‹ الشرق الأوسط ، الحياة ، الأهرام الدولى ... الخ ›.

ثامناً : أين موقع الصحف العربية الإلكترونية من الخدمات التفاعلية Inter-active Services فقد تطورت هذه التقنيات ، وأصبح موقع الصحف الإلكترونية يتضمن مواقع للدردشة والبحث والأرشفة وخدمات البحث عن وظائف والحوار بين الصحافيين والجمهور ، فضلاً عن الصور والجرافيكس والرسوم المتحركة والخرائط .. الخ ،

ومازالت الصحف العربية يكتفى بعضها بعرض موجز للنسخة المطبوعة أو عمل مسح ضوئى بصفحاتها أو اعادة تبويب النسخة المطبوعة بشكل آخر.

والصحيفة اليومية الإلكترونية العربية وان دخلت ميدان الصحافة الالكترونية لا تزال تفتقد إلى كثير من المزايا التى تتصف بها الصحيفة الإلكترونية ، فالأمر فى حاجة إلى استخدام تقنيات تفاعلية أكثر حداثة ، فى وقت يتوقع فيه البعض ان تصاحب المقالات الصحافية المنشورة ، الصوت والصورة الملونة والحركة واللقطات المرئية.

تاسعاً : المستقبل لمن ؟ للصحافة المطبوعة أم الإلكترونية ؟ إن حسم قضية الإقتناع أو على الأقل التبصر فى هذه القضية التى تدور حول مستقبل الصحافة المطبوعة ، فهل هم يرون ان الصحافة الإلكترونية هى موضة المستقبل ، أم هم مقتنعون بأنه ليس فى الإمكان أبدع مما كان ، وان الصحافة المطبوعة تعمل بشكل جيد فى عصر ثورة المعلومات وانها تتحدى الجميع ؟.

عاشراً : من هم المنافسين الصحافيين ؟ هل النسخة المطبوعة من الصحيفة تمثل أحد هؤلاء المنافسين ؟ ومن يأخذ القراء من الآخر أم هو تكامل ؟ أم ماذا ؟ وهل المنافسون هم الإصدارات المطبوعة الأخرى ؟ أم الصحف المحلية الأخرى أو العربية على الإنترنت أم الصحف العالمية الأخرى ، أم المواقع الإخبارية الأخرى .. إلخ يوجد على الإنترنت وفقاً لإحصاءات نهاية ١٩٩٧ ‹ ٢٥٧٧ مجلة › و ‹ ٩١٨ محطة تليفزيون › و ‹ ١٣٨٩ محطة راديو› وأخيراً على ماذا يكون التنافس على القراء وأعدادهم ، على نسبة الاشتراكات ؟ على الإعلانات المحلية ؟ على الإعلانات الدولية ؟ على الخدمة الصحافية ؟ على ماذا بالضبط ؟

حادى عشر : قضية التشريعات الصحافة التى تحكم العمل فى الصحافة الإلكترونية ؟ هل ستظل تخضع لنفس التشريعات والاحكام والتوجيهات المحلية ؟ أم ان إتساع ساحة النشر والتوزيع الإلكترونى ، تخلق حاجة لتشريعات وتوجيهات أخرى ؟

ثانى عشر : إلى أى درجة تم تأهيل الكادر البشرى للصحف العربية الالكترونية ؟ فمن الواضح ان الصحف العربية تتفاوت من حيث درجة إعتمادها على





المؤتمر السنوى الثالث
لإدارة الأزمات والكوارث

المقدمة النظرية والمنهجية:

الأزمة كلمة قديمة ترجع أصولها التاريخية إلى الطب الإغريقى ، وتعنى " نقطة تحول " بمعنى أنها لحظة قرارية حاسمة فى حياة المريض ، فهى تطلق للدلالة على حدوث تغيير جوهرى ومفاجئ فى جسم الإنسان. هذا التغيير قد يؤدى إلى شفاء المريض أو يؤدى إلى موته كالأزمة القلبية(١)

وفى القرن السادس عشر شاع استخدام الكلمة فى المعاجم الطبية ، وتم اقتباسها فى القرن السابع عشر للدلالة على ارتفاع درجة التوتر فى العلاقات بين الدولة والكنيسة ، وبحلول القرن التاسع عشر تواتر استخدامها للدلالة على ظهور مشاكل خطيرة ، أو لحظات تحول فاصلة فى تطور العلاقات السياسية والإقتصادية والاجتماعية وقد تحدث ماركس فى كتاباته عن " الحتمية التاريخية " عن أزمات الافراط فى الإنتاج ، وتفاقم كل من هذه الأزمات عن سابقتها ، وفى عام ١٩٣٧ عرفت دائرة معارف العلوم الإجتماعية الأزمة بانها " حدوث خلل خطير ومفاجئ فى العلاقة بين العرض والطلب فى السلع والخدمات ورؤوس الأموال(٢).

ثم انتقت الكلمة بعد ذلك إلى مختلف فروع العلم الإنسانى وأصبحت تعنى "مجموعة الظروف والأحداث المفاجئة التى تنطوى على تهديد واضح للوضع الراهن المستقر بطبيعة الأشياء " (٣) ، وهى " تلك النقطة الحرجة ، واللحظة الحاسمه التى يتحدد عندها مصير ما ، إما إلى الأفضل ، وإما إلى الأسوأ : الحياة أو الموت ، الحرب أو السلم لإيجاد حل لمشكلة ما أو انفجارها " (٤).

كما عرفهاس الستار بوخان (Alastair Buchan) فى كتابة إدارة الأزمات " بأنها تحدى مرتب ورد فعل مرتب من طرفين أو عدة أطراف حاول كل منهم تحويل مجرى الأحداث لصالحه " ، ويعرفها ‹ أوران يونج › فى كتابه " الوسطاء Intermediaries " بأنها أحداث سريعة تؤدى إلى زيادة عدم الاستقرار فى النظام القائم إلى درجة غير عادية تزيد من احتمال استخدام العنف " ،

أما < كورال بل > فإنها تعرفها فى كتابها اتفاقيات الأزمة " A study in Diplomatic Manage- ment the Convens ofs crisis " بأنها ارتفاع الصرعات إلى مستوى يهدد بتغيير طبيعة العلاقات بين الدول (٥).

ومما تقدم يتضح اتساع نطاق مفهوم الأزمة وتعدد مستوياته ‹الشخص ، القومى ، الدولى›(٦) ، وتأتى أزمة القدس " موضع الدراسة الحالية " فى إطار " الأزمات الدولية " لأن حالة مستوطنة " جبل أبو غنيم " لم تشكل أزمة بالنسبة للفلسطينيين فحسب ، بل وضعت العالم العربى والإسلامى والدولى فى مأزق لا يزال يهدد عملية السلام كخيار استراتيجى لدول المنطقة.

وللأزمة الدولية مفاهيم متعددة منها : " أنها سلسلة من التفاعلات المتبادلة بين حكومات دولتين أو أكثر ذات سيادة فى صراع متجهم يقل عن مستوى الحرب الفعلية ولكنه فى نفس الوقت يزداد احتمال وقوع الحرب(٧) ، ويشير روبرت نورث Robert North إلى أن الأزمة الدولية هى عبارة عن تصعيد جاد للفعل ورد الفعل ، أو هى عملية انشقاق تحدث تغييرات فى مستوى الفعالية بين الدول تؤدى إلى زيادة درجة التهديد والإكراه ويشير نورث إلى أن الأزمات غالباً ما تسبق الحروب ولكن ليست كل الأزمات تؤدى إلى الحرب فقد تسوى سليما أو تجمد أو تهدأ فالأزمة يمكن دراستها على أنها اشتراك دولتين أو أكثر فى نفس المواجهة (٨) ، كما يعرفها جون سباتير John Spanir بأنها " موقف تطالب فيه دولة ما بتغيير الوضع القائم ، وهو الأمر الذى تقارمه دول أخرى ، مما يخلق درجة عالية من احتمال اندلاع الحرب "(٩).

ويرى عزت عبد الواحد ن هناك ثلاثة اعتبارات يجب مراعاتها فى التعريف بالأزمة الدولية وهى(١٠) :-

– موضوعات الأزمة وأبعادها السياسية والإقتصادية والإجتماعية.

– عالمية نطاق الأزمة ، بمعنى امتداد آثارها لتشمل العديد من البلدان فلم تقتصر الأزمة على أطرفها المباشرين بل تمس مصالح العديد من الأطراف غير المباشرة.

– أن تنطوى الأزمة على آثار حالية وأخرى مستقبلية تظهر على المدى البعيد.

ومن ثم فإن الأزمة وفقاً لذلك هى " موقف مفاجئ تتجه فيه العلاقة بين طرفين أو اكثر نحو المواجهة بشكل تصعيدي نتيجة لتعارض قائم فى المصلح والأهداف بين الأطراف ، أو نتيجة لإقدام أحد الأطراف – المتحدى – على القيام بعمل يعتبره الطرف الآخر – المدافع – يمثل تهديدا لمصالحه وقيمه الحيوية ، مما يستلزم تحركاً مضاداً وسريعاً للحفاظ على تلك المصالح مستخدما

فى ذلك مختلف وسائل الضغط وبمستوياتها المختلفة سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو حتى الوسائل العسكرية " (١١). ولأن أى أزمة تحتاج إلى إدارة علمية لمواجهتها والخروج منها فتتعرض الدراسة لمفهوم إدارة الأزمة.

مفهوم إدارة الأزمة :

لقد وجدت إدارة الأزمات فى الممارسة منذ عصور موغلة فى القدم ، وكانت مظهراً من مظاهر التعامل الإنسانى مع المواقف الطارئة أو الحرجة ، التى واجهها الإنسان منذ أن جوبه بتحدى الطبيعة وغيره من البشر. ولم تكن تعرف آنئذ - بطبيعة الحال - باسم إدارة الأزمات وإنما تحت مسميات أخرى مثل الحنكة الدبلوماسية ، أو براعة القيادة ، أو حسن الإدارة .. إلخ. وكانت هذه الممارسة هى المحك الحقيقى لقدرة الإنسان على مواجهة الأزمات والتعامل مع المواقف الحرجة بما تفجره من طاقات إبداعه ، وتستفز قدراته على الإبتكار ، هذه القدرات جعل منها تشارلس رووتر فى كتابه " فن الدبلوماسية " الأصل فى نشأة الدبلوماسية (١٢).

فالمفهوم البسيط لإدارة الشئ هو التعامل معه للوصول إلى أفضل النتائج الممكنة بما يحقق مصالح القائم بالإدارة ومن هنا إدارة الأزمة تعنى " التعامل مع عناصر موقف الأزمة باستخدام مزيج من أدوات المساوية - الضاغطة والتوفيقية - بما يحقق أهداف الدولة ويحافظ على مصالحها الوطنية " (١٣). وهى أيضاً عبارة عن " محاولة لتطبيق مجموعة من الإجراءات والقواعد والأسس المبتكرة التى تتجاوز الأشكال التنظيمية المألوفة وأساليب الإدارة الروتينية المتعارف عليها وذلك بهدف السيطرة على الأزمة والتحكم فيها وتوجيهها وفقاً لمصلحة الدولة"(١٤).

أما فكرة " الإدارة الصحفية " لأزمة مستوطنة جبل أبو غنيم فقد نبعث من حتمية معاصرة ، ترى أن إدارة أى أزمة ليست قصراً على المجال تنتمى إليه ، بل يجب أن تصبح الإعلام قاسما مشتركا فى إدارة كل الأزمات بأنوعها المختلفة سياسية ، اقتصادية ، ثقافية اجتماعية ، نفسية ، صحية ... إلخ ، ومستوياتها المتعددة < محلية ، قومية ، دولية >.

وتختلف الإدارة الإعلامية للأزمات ليس فقط بطبيعة الأزمة وتوقيتها وتطوراتها ومصادرها والأطراف المشاركة فيها والأطراف المتضررة منها بل لعوامل أخرى مرتبطة بطبيعة النظام السياسى وعلاقاته مع أطراف الأزمة ودرجة الحرية الصحفية والإعلامية المسموح بها ، وكذلك التوجهات الفكرية والسياسية لوسائل الإعلام وإمكاناتها المادية والبشرية والتكنولوجية.

وبالتالى يمكن بلورة المشكلة البحثية فى التساؤل التالى :

كيف أدارت الصحافة أزمة القدس < مستوطنة جبل أبو غنيم > وماهية العوامل التي تأثرت بها من واقع مدى إلمامها بأسباب الأزمة وآثارها على الجانب الفلسطيني والعربي والدولى وتحديدها للأطراف المسئولة عن خلق الأزمة وتصعيدها والأطراف المتضررة منها وكيفية مواجهة هذه الأزمة؟.

أهمية الدراسة :

ترجع أهمية هذه الدراسة إلى :

١ – محاولتها ربط الصحافة بفرع جديد من فروع العلوم الإنسانية والإجتماعية " علم إدارة الأزمات ".

٢ – محاولتها أيضا تحديد أو تقديم أسس علمية يمكن للمؤسسات الإعلامية أن تهتدى بها فى إدارتها للأزمات المختلفة.

٣ – تقييمها لمدى التزام الصحفة المصرية بمسئوليتها نحو أخطر ما يواجه العالم العربى والإسلامى من أزمات.

تساؤلات الدراسة :

والتحقيق هدف الدراسة تطرح الباحثة تساؤل رئيسى " إلى أى مدى التزمت الصحافة المصرية بالأسس العلمية فى إدارتها لأزمة مستوطنة جبل أبو غنيم ؟.

وينبثق منه التساؤلات الفرعية التالية :-

– ما مدى إلمام الصحافة المصرية بأسباب الأزمة ؟

– إلى أى مدى تنبأت الصحافة المصرية بآثار الأزمة ؟.

– إلى مدى ساهمت الصحافة المصرية فى طرح حلول لمواجهة الأزمة ؟

– ما ترتيب الصحافة للأطراف المسئولة عن الأزمة ؟

– ما ترتيب الصحافة للأطراف المتضررة من الأزمة ؟

– ما مستويات < أشكال > التحرير الصحفى السائدة فى إدارة الصحافة المصرية للأزمة؟

– ما نوعية المصادر التى اعتمدت عليها الصحافة المصرية فى إدارتها للأزمة ؟

- ما مدى اهتمام الصحافة بموضوعات الأزمة ، وذلك من خلال :

- موقع المادة الصحفية المرتبطة بالأزمة فى الصحيفة .

- موقع المادة الصحفية المرتبطة بالأزمة فى الصحفة.

نــوع الـــدراســـة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات المسحية الأولية التى تتوقف عند حد استكشاف كيفية إدارة الصحافة المصرية لأزمة القدس المتمثل فى بناء مستوطنة جبل أبو غنيم وذلك من خلال المعالجات المختلفة التى تناولت بها صحف الدراسة هذه الأزمة.

منـهـج الـدراسـة وادواتـهـا:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامى لصحف ‹ الأهرام – الوفد – الشعب – الأهالى › مستخدمة تحليل المضمون كأداة مسحية ، مع التركيز على الأسلوب الكيفى فى التحليل وذلك لتلافى عدم دقة النتائج التى يمكن أن تنشأ نتيجة الإقصار على استخدام الأسلوب الكمى فقط.

عـيـنـة الـدراسـة :

‹١› **عينة الصحف :** وقع اختيار الباحثة على صحف ‹ الأهرام ، الوفد ، الشعب، الأهالى › لتكون عينة ممثلة للصحافة المصرية نظراً لأن هذه الصحف الأربع كافية لتمثيل التيارات السياسية والفكرية فى المجتمع المصرى حيث تعبر الأهرام عن التيار الرسمى والشعب عن التيار الإسلامى ، وتعبر الأهال عن التيار اليسارى القومى ، وتعبر الوفد عن التيار الليبرالى الحر .

‹٢› **العينة الزمنية :** وتحددت خلال الفترة من ١٨ مارس ١٩٩٨ إلى آخر مايو ١٩٩٧ باعتبار هذه الفترة هى التى تفجرت فيها الأزمة ببناء المستوطنة بداية يوم ١٨ مارس النسبى بينما تشير نهاية الدراسة إلى التناقص المنسى منذ أواخر أبريل بالأزمة وتحول الأهتمام إلى قضية السلام وعودة المفاوضات مرة أخرى.

‹٣› **عينة القضايا :** وقع الإختيار على قضية القدس وبالتحديد مستوطنة جبل أبو غنيم لأن هذه القضية تمثل أخطر أزمة لها انعكاساتها على عملية السلام وعلى الواقع العربى والدولى.

وحدة التحليل والقياس:

روعى اتخاذ الموضوع كوحدة أساسية للتحليل مع تنوع المادة الإعلامية سواء كانت خبراً أو مقالاً أو افتتاحية أو حديثاً وتحقيقاً ، كما روعى إعتبار الفكرة السائدة كوحدة قياس داخل كل موضوع.

فئات التحليل :

فيما يتعلق بتحديد الفئات التى تم على ضوئها جمع المعلومات وتصنيفها فقد تقرر بعد المسح الإستطلاعى

الأول : يتناول فئات الموضوع ويتضمن :

١ – أسباب الأزمة.

٢ – الآثار المترتبة على الأزمة.

٣ – الحلول المطروحة لمواجهة الأزمة.

٤ – الأطراف المشاركة فى الأزمة.

٥ – الأطراف المتضررة من لأزمة.

الثانى : تناول فئات الشكل ويتضمن :

١ – أنماط التحرير الصحفى المستخدمة فى معالجة الأزمة.

٢ – مصادر الصحيفة.

٣ – مصادر الصحفى.

٤ – موقع المادة الإعلامية داخل الجريدة.

٥ – موقع المادة الإعلامية على الصفحة.

تأصيل تاريخى للأزمة موضع الدراسة :

فى مثل هذه السنة منذ عام (١٨٩٧) انعقد أول مؤتمر يهودى صهيونى فى مدينة بازل السويسرية تحت رئاسة الصحفى اليهودى الصهيونى النمساوى هرتزل ، وفى هذا المؤتمر اتخاذ توصيات وقرارات بالعمل من أجل انشاء وطن يهودى لحل مشكلة اليهود فى الشتات ، وطرحت عدة بدائل من أوغندا إلى الأرجنتين إلى سيناء إلى فلسطين ، ومع كل مؤتمر صهيونى تال ، كانت

التوصيات تتبلور فى قرارات والقرارات تتحول إلى مخططات ، والمخططات إلى مشروعات خاصة بعدأن وقع اختيارهم النهائى على فلسطين ، وبدأوا يشترون أو يستولون على أرض فلسطين شبراً شبراً ، ومتراً ، ودونما دونما " والدونهم هو وحدة قياس مساحية مثل الفدان فى مصر " وظل هذا هو الحال على مدى مائة عام ، كانت المحطات الرئيسية فيها هى :-

- ❖ ١٨٩٧، المحطة الأولى : المؤتمر الصهيونى الأول.
- ❖ ١٩١٧ ، المحطة الثانية : وعد بلفور.
- ❖ ١٩٤٧ ، المحطة الثالثة : قرار مجلس الأمن ١٨١ بتقسيم فلسطين وانشاء دولة يهودية < قامت > وأخرى عربية < لم تقم >.
- ❖ ١٩٦٧، المحطة الرابعة : الانتصار الإسرائيلى وضم أرض من ثلاث دول عربية.
- ❖ ١٩٧٧ ، المحطة الخامسة : توجه السادات إلى القدس وبداية الإعتراف العربى باسرائيل .
- ❖ ١٩٨٧ ، المحطة السادسة : بداية هجرة اليهود السوفييت بمئات الآلاف إلى إسرائيل.
- ❖ ١٩٩٧ ، المحطة السابعة : محاولات التهويد الكامل للقدس ، استباقاً لأى مفاوضات مستقبلية(١٥).

ومنذ توقيع انفاق أوسلو واصلت سلطات العدو مصادرة الأراضى العربية فبلغت مساحة الأراضى المصادرة فى الضفة وحدها نحو ٦٨٧ ألف دونم وبلغت نسبة الأراضى التى أعلنتها سلطات الإحتلال أراضى دولة ٧٠٪ تقريبا من مجموع مساحة الضفة ، وحسب مصادر السلطة الفلسطينية فإن مساحة الأراضى المصادرة فى الفترة ما بين توقيع اتفاق أوسلو واكتوبر ١٩٩٤ بلغت نحو ٧٠ ألف دونم ، ومعظم المصادرات تمت فى الفترة الفاصلة بين توقيع اتفاق أوسلو واتفاق القاهرة مايو ١٩٩٤ ، حيث بلغ معدل الصادرات ٨٦٣٠ دونما فى الشهر الواحد ، ويرجع استمرار خطط الاستيطان رغم القرار العسكرى بوقفه إلى وجود لجنة سرية برئاسة مستشار وزير الدفاع لشئون الإستيطان < نوح كثيرتى > وهذه اللجنة تألفت عام ١٩٩٣ لهدف محدد وهو المصادقة على بدء أعمال البناء فى المستوطنات دون اعتبار للأمر العسكرى الذى يمنع ذلك أى أن الحكومة الصهيونية بدأت مفاوضات أوسلو فى الوقت الذى مونت فيه لجنة سرا لتكثيف الاستيطان

أما قضية جبل أبو غنيم فهى ليست وليدة اليوم وإنما تعود إلى ٥ أعوام مضت وخلال فترة حكم حزب العمل ، ففى عام ١٩٩١ بدأت عملية مصادرة أرض فى جبل أبو غنيم بعد اقتراح قدمته شركتان إسرائيليتان هما < ميكور > و < هتونا > إلى إسحاق موداعى وزير المالية الإسرائيلى

الأسبق أنذاك ، أشار الإقتراح إلى ملكية الشركتين لأرض جبل أبو غنيم وإلى غرض تطوير حى يهودى فى المنطقة على مرحلتين بطاقة إستيعابية تصل إلى ٨٥٠٠ وحدة سكنية وطلبت الشركتات من الوزير موداعى أن تقوم الحكومة الإسرائيلية بمصادرة الأراضى العربية المحاذية للأراضى التى تدعى ملكيتها بدعوى أنها ضرورية وجزء من مخطط الإستيطان التطويرى[١٧].

ولكن الحقائق التاريخية تكشف زيف الإدعاءات الإسرائيلية فى المنطقة وبشهادة عالمة اسرائيلية هى يوديت غرين من الجامعة العبرية بالقدس التى أكدت أن جبل أبو غنيم والمنطقة المحيطة به أرض فلسطينية عربية واستندت فى ذلك إلى حقائق تاريخية تخص الأماكن المسيحية قالت العلمة الإسرائيلية إن للمكان قدسيته لدى الطوائف المسحية وأنه لا يوجد أى أثر لكنيس يهودى فى المنطقة وأوضحت بوديت غرين بالدليل القاطع أن المكان مسيحى مائة بالمائة وذلك من خلال سردها لتاريخ الأماكن فيه وهى :-

- منطقة كاذيسما < بير فاديسمو > وخربة برتقان ، وخربة أبو غنيم < هضبة القديس بولس - هارحوما > وخربة لوقا < بيبرلوق > ، أم طوبا وبئر القط وسيار الغنيم < تورس ادير ، بيت ساحور > [١٨].

ومستوطنة أو مستعمرة < جبل أبو غنيم > تحمل الرقم (٥٠٥٢) وفق المخطط الهيكلى الاستيطانى الإسرائيلى وهى عبارة عن محمية طبيعية الآن وتقع فى منطقة جبل أبو غنيم بالقدس الشرقية أو بالتحديد عند الطرف الجنوبى الشرقى للقدس والمستوطنة هارحوما هى المستوطنة الحادية عشرة فى القدس المحلية وتحمل اسم أحد المستوطنيين الأوائل عقب حرب ١٩٦٧ عندما احتلت اسرائيل القدس [١٩].

وهى تمثل الحلقة الأخيرة من حلقات تطويق القدس بالمستوطنات بحيث لا يمكن الانتقال من المدينة إلى الضفة الغربية إلا عبر الحواجز الصهيونية الأمنية والبشرية < وهارحوما > هى جزء من سلسلة المشاريع الإستيطانية التى تهدف إسرائيل من ورائها إلى تحقيق القدس الكبرى التى يريد الاسرائيليون أن تشكل ٣٠٪ من مساحة الضفة الغربية [٢٠].

ويشمل المشروع بناء ٦ آلاف و ٥٠٠ وحدة سكنية تستوعب ٢٧ ألف مستوطنة والمرحلة الأولى التى يجرى العمل فيها الآن تشمل ٢٥٠ وحدة سكنية وهذا من شأنه أن يزيد سكان القدس اليهود بواقع ١٥٪ حيث من المتوقع أن يصل عدد اليهود فى القدس بعد اكتمال مشروع < أبو غنيم > إلى أكثر من ١٨٥ ألف يهودى مقابل ١٥٥ ألف فلسطينى فى القدس ، وأكثر من ٧٠ ألفاً منهم مهددون بفقدان حقهم فى الإقامة فى القدس نتيجة اضطرارهم للسكن خارج القدس الكبرى.

كما أن إنشاء هذه المستعمرة فى المنطقة الجنوبية الشرقية وبعد أن يتم وصلها بالمستعمرات الجنوبية الغربية يكون قد أغلق جنوب القدس ووضع الشارع - الواصل بين مدينة بيت لحم الواقعة على مشارف جبل أبو غنيم - تحت السيطرة الإسرائيلية تغلقه متى تشاء(٢١).

ووفقاً لصحيفة < بديعوت أحرونوت > فإن اللجنة التى اتخذت قرار اقامة مستوطنة < أبو غنيم > ورفعته إلى الحكومة الصهيونية طالبت فى توصياتها - إضافة إلى بناء المستوطنة - بالآتى:

- العمل على تعزيز السيادة اليهودية فى القدس الشرقية وتخصيص الموارد لذلك.
- زيادة تشديد الرقابة على البناء غير المرخص من السلطات الإسرائيلية فى الأحياء الفلسطينية فى المدينة مما يعنى هدم حوالى ألف بيت غير مرخص فى القدس المحتلة وضواحيها.
- الاستمرار فى تخطيط عدد من المشاريع الإستيطانية من ضمنها حى يهودى فى منطقة رأس العامود وهى تشمل بناء ٢٠٠ وحدة سكنية ومرافق عامة بتمويل من المليونير اليهودى < أرمنين مسكوفيتش > المقيم فى ولاية < فلوريدا > الأمريكية (٢٢).

وقد وصف شيمون بيريز رئيس الوزراء الإسرائيلى السابق وزعم حزب العمل المعارض مشروع مستوطنة هارحوما بأنه أخطر أزمة لإسرائيل مع العالم العربى على مدى ثلاث سنوات.

ومن الجدير بالذكر أن هذا المشروع قد تم عرضه فى الماضى على اسحاق رابين وخلفه شيمون بيريز إلا أنهما رفضا المشروع لأنهما أدركا حساسية الموقف من قضية القدس قبل مفاوضات الحل النهائى ، أو تقليلا من الأخطار المحدقة بعملية السلام (٢٣).

والذى لا نعرفه أن ما تبقى للعرب من القدس والتى يجرى حولها الصراع فى الوقت الواهن هو ٤٪ فقط ، أى أن ثلاثة أرباع القدس تحت السيطرة الإسرائيلية أى ما يوازى ٧٣٪ من مساحة القدس المحتلة وذلك وفق الخرائط الهيكلية لتهويد المدينة (٢٤).

فمسألة المستوطنات تعتبر جزء من العقيدة الصهيونية فهى عملية تسمى < افتداء الأرض > أى تحريرها من العرب وهى عنصر مهم لأمن الصهيونى فمناجم بيجين قال : < إن المستوطنات جزء لا يتجزأ من امننا القومى > ومن الواضح أن الصهاينة بكل تلاوينهم يجعلون الاستيطان خطة ثابتة لهم ، وقد نجحوا بالفعل فى خنق الوجود العربى بالقدس تهميداً لمحوه ليؤكد وحش الإستيطان الإسرائيلى أن أمل المشروع الشهير ٢٦ بوابة حول القدس بات قريباً ، فأى سلام مع قوم يضمرون الحرب.

أولا: أسباب الأزمة :

طرحت الصحافة المصرية باختلاف توجهاتها الفكرية والسياسية عدة أسباب دفعت نتياهو إلى بناء مستوطنة هارحوما بجبل أبو غنيم ، فقد ركزت كل صحيفة من صحف الدراسة على مجموعة أسباب قد تتفق أحياناً مع صحيفة أخرى وقد تختلف فى أخرى ، وفيما يلى توضيحاً لذلك:

(١) صحيفة الأهالى:

أن أهم الأسباب التى طرحتها جريدةالأهالى الممثلة للتيار اليسارى القومى والذى يضع قضية القدس فى أول اهتماماته هو السبب الخاص بتهويد القدس حيث جاء في الترتيب الأول بنسبة (٦ر١٧٪) وقد أكدت الجريدة من خلال طرحها لهذا السبب حرص اسرائيل على تهويد المدينة واختراقها للقانون الدولى العام ، وأنها نجحت بالفعل فى خنق الوجود العربى بالقدس تمهيدا لمحوه ، كما طرحت الصحيفة سببين تساويا فى الترتيب بنسبة (٧ر١٤٪) وهما طمس هوية مدينة القدس العربية الإسلامية ، الثقة الإسرائيلية التى تبلغ حد الصلف والغرور فى تفوقها العسكرى على العرب وقوتها العسكرية التقليدية والنووية ، ثم يأتى فى الترتيب الثالث السبب الخاص بعزل القدس عن الضفة الغربية وإعدادها كعاصمة لإسرائيل بنسبة (٨ر١١٪) ثم استكمال مشروع اسرائيل الكبرى (من النيل إلى الفرات) فى الترتيب الرابع بنسبة (٨ر٨٪) كما تساوى أربعة أسباب فى الترتيب الخامس وبنسبة متساوية بلغت (٩ر٥٪) وهم استغلال حالة الضعف العربى عموما وعدم القدرة على التصدى الحاسم أو الرد الحازم اللهم إلا بيانات الشجب والإدانة ، تدفق الدعم السياسى والعسكرى والمالى من أمريكا إلى إسرائيل تشجيع الإرهاب ضد العرب باستقدام اليهود الأشد تطرفاً فى عدائهم للعرب إلى المستوطنات المجاورة للمدن العربية ، وأخيرا تخلى أوربا عن دورها فى منطقة الشرق الأوسط يأتى فى الترتيب السادس بنسبة (٩ر٢٪) ثلاثة أسباب وهم : الهيمنة الرسرائيلية المطلقة على المنطقة ، ثم حسم مفاوضات الوضع النهائى حول القدس لصالح اليهود وأخيرا تطويق المدن والقرى الفلسطينية وإيجاد تجمعات غربية ومتناقضة بين المناطق السكنيةالعربية.

وقد تجاهلت الأهالى تماما طرح ثلاثة أسباب منهما اثنان مرتبطان بشخص نتياهو هما صرف الأنظار عن الفضيحة السياسية التى تورط فيها نتياهو والتى هددت بطرح الثقة فى

حكومته ، واستغلال نتنياهو للمناخ الدولى الراهن المنصرف إلى إعادة ترتيب الأوضاع فى ظل العولمة الجديدة.

أما السبب الثالث فهو مرتبط بالأمن القومى الإسرائيل وهو احتلال مواقع استراتيجية من شأنها تحسين الموقف العسكرى لإسرائيل وحرمان عدوها المحتل من التمركز فوق مرتفعات عالية < وجبل أبو غنيم هو بالتحديد هذا الموقع >.

وهكذا نجد أن الأسباب التى حظيت بأولوية عند صحيفة الأهالى هى أسباب تعكس فى مجملها الأهداف على القيام بأيشذ فلن أتوانى لحظة فى إزالة كل شئ ليس مقدسا لدى اليهود فيها وسوف (أدمر كل الآثار التى مرت عليها قرون) المقصود طبقاً الآثار الاسلامية والمسيحية ، وتتأكد هذه الأهمية للقدس فى مقولة بن جوريون لا معنى لفسطين بدون القدس ولا معنى للقدس بدون الهيكل ، وبعد أسبوع من حرب ٦٧ يخطب بيجن قائلا : لابد من إحضار اليهود إلى القدس الشرقية مهما كان الثمن ولابد من توطين عشرة آلاف من اليهود خلال فترة قصيرة ولو اسكانهم فى أكواخ فلا ننتظر بناء أحياء جديدة لهم أحياء لهم فأهم شئ هو أن يصبح لليهود وجود هناك (٢٥).

(٢) الأهرام :

اتفقت الأهرام مع جريدة الأهالى فى طرحها وتقديمها للسبب الخاص بتهويد القدس كأهم الأسباب المطروحة لبناء مستوطنة جبل أبو غنيم حيث جاء فى الترتيب الأول بنسبة (٣٢٫٥٪) يليه فى الأهمية عند صحيفة الأهرام المعبرة عن التيار الرسمى هو السبب الخاص بتدفق الدعم السياسى والعكسرى والمالى من أمريكا إلى اسرائيل حيث جاء فى الترتيب الثانى وبنسبة (١٢٪) فهذا الدعم الأمريكى يضعف من امكانية تحقيق السلام العادل ويغذى المطالع الإسرائيلية ويفتح شهية الحكومة الإسرائيلية لمزيد من التعنت والتشدد ويطلق يدها فى تحقيق أطماعها الإقليمية تحت ستار الحجة الأزلية الزائفة وهى أمن اسرائيل .. فالخلاصة الحقيقة لما تعكسه سياسة الإدارة الأمريكية أنها ليست وسيطاً نزيها .. بل طرف متحيز لا يعترض على سياسة الاستيطان اليهودى فى الأراضى العربية المحتلة ولا يعترف بحقوق العرب فى القدس ولا يحترم متطلبات الأمن العربى إلا فى أضيق الحدود الضرورية لحماية المصالح الأمريكية الحيوية فى المنطقة ، بينما تتبنى الإدارة الأمريكية تبنياً مطلقا لكل المطالب الرسرائيلية المبالغ فيها المتعلقة بأمن اسرائيل وبرغم امتلاكها كل عناصر التفوق فما زالت الإدراة الأمريكية تعامل إسرائيل باعتبارها الدولة الصغيرة المحاطة

ببحر من العداء العربى وأنها لذلك فى حاجة دائمة حتى فى ظل السلام إلى كل الدعم العسكرى والمساندة الإقتصادية والتأييد السياسى لكى تبقى اسرائيل الدولة المتوقفه فى الشرق الأوسط على كل الدول العربية عسكرياً وتكنولوجياً تقليدياً وغير تقليدى(٢٦).

وقد طرحت الأهرام السبب الخاص باستغلال حالة الضعف العربى عموماً ، وعدم القدرة على التصدى الحاسم أو الرد الحازم اللهم إلا بيانات الشجب والإدانة كترتيب ثالث بنسبة (٣ر١٠٪) فالعرب فى كل الأزمات التى نشبت نتيجة الانتهاكات الإسرائيلية سواء بحفر النفق تحت المسجد الأقصى ، أو فى مماطلات اتفاق الخليل ، أو فى التوسع فى بناء المسجد الأقصى ، أو فى مماطلات اتفاق الخليل ، أو فى التوسع فى بناء المستوطنات أو اخيرا فى بناء مستوطنة هارحوما فى القدس لم يلجأ العرب إلى قطع المحادثات أو تعليق المفاوضات أو التهديد بذلك و بل لجأوا إلى أهون وأضعف الوسائل بالاجتماع والشكوى والصياح ثم بالاستنجاد بالراعى الأمريكى الذى يصاب عادة بالصمم ، والبحث عن الطيف الأوربى الضائع ثم بالجوء إلى مجلس الأمن ثم إلى الأمم المتحدة مرة بعد أخرى وأزمة بعد أزمة تستخدم فيها أمريكا حق الفيتو وكأن امتحان الصبر والثقة والإيمان بالسلام ينبغى أن يستمر بغير نهاية فى انتظار تدخل إلهى يهلك فيه نتياهو أو تغنى الشعوب العربية أو تختفى أمريكا من الوجود ، وقد يتبادر إلى ظن الكثيرين أن سبب تخاذل الموقف العربى هو أن الأوراق التى كانت فى يد العرب قد ضاعت أو احترقت كلها ، ومن ثم فإن نتنياهو يملك حرية أن يفعل أو لا يفعل ، أن يفتح المفاوضات أو يغلقها وأن ينقد الإتفاقات أو لا ينفذها وأن يسمح لعرفات بالبقاء فى غزه أو ينفيه إلى خارجها ولكن من المؤكد أن لدى العرب أوراقاً كثيرة ما زالوا يحجمون عن استخدامها (٢٧).

وجاء السبب الخاص بعزل القدس عن الضفة الغربية وإعدادها كعاصمة لإسرائيل ليحتل الترتيب الرابع بنسة (٥ر٨٪) ثم الهيمنة الإسرائيلية المطلقة على المنطقة ، وحسم مفاوضات الوضع النهائى حول القدس لصالح اليهود ليحتلا الترتيب الخامس بنسبة متساوية بلغت (٨ر٦٪) ويأتى السبب الخاص بطمس هوية مدينة القدس العربية الإسلامية ليحتل الترتيب السادس من بين الأسباب التى طرحتها الصحيفة بنسبة (٦٪) وهذه الأسباب الخمس التى طرحتها الأهرام تؤكد أن قضية الإستيطان اليهودى فى الأراضى العربية المحتلة تعتبر من أخطر القضايا المصيرية التى ستحدد مستقبل السلام كله .. وذلك لأن وجودها واستمرارها سوف يهز أركان السلام ومرتكزاته بدءا من اتفقات أوسلو .. ووصولاً إلى صيغة مدريد وأساسها المبنى على مبدأ الأرض مقابل

السلام .. بينما الاستيطان يلتهم هذه المستوطنات تعقيداً المستوطنات تعقيداً إلى أن تصل لحد الانفجار إذ استمر التقاعص الدولى والعربى .. وظل التعامل معها بلا فعالية تحسم وضعها وتضع حداً لكل تداعياتها ومخاطرها على عملية السلام ومستقبل العلاقات العربية الإسرائيلية (٢٨).

وقد طرحت الأهرام أيضا سبباً آخر لأزمة وهو تطويق المدن والقرى الفلسطينية وإيجاد تجمعات غريبة ومتناقضة بين المناطق السكنية العربية لتكشف عن المخطط الصهيونى الاستطانى ، وقد احتل هذا السبب الترتيب السابع بنسبة (٤ر٣٪) وتساوى معه فى الترتيب والنسبة الخاص بتخلى أوربا عن دورها فى منطقة الشرق الأوسط.

وقد علق الأستاذ سلامة علي الدور الأوربى قائلا : " بينما يتضاءل الدور الأمريكى فى عملية السلام بالشرق الأوسط يزداد الدور الأوربى أيضاً خفوتاً وضعفاً وكأن السلبية الأمريكية إزاء التعنت الإسرائيلى قد انعكست بدرجة أو بأخرى على الموقف الأوربى فلم يعد بوسع الدول الأوربية إلا أن تفعل ما تفعله الدول العربية ودول العالم الثالث كلما تعرضت لأزمة او عدوان وهو اللجوء إلى مجلس الأمن ثم إلى الجمعية العامة للأمم المتحدة ، بعد أن تستخدم أمريكا حق الفيتو لإجهاض الإجماع الدول دون التوصل إلى نتيجة تذكر ، وكأنها حلقة مفرغة لا نهاية لها ، ومنذ اعترف الأوربيون بأن دورهم مكمل وتابع للدور الأمريكى فى الشرق الأوسط أصبح من حق اسرائيل أن تستدعى هذا الدور أو تستغنى عنه حسب مصلحتها أو حسب ما تقتضه الظروف ، وعلى الرغم من التحركات الأوربية التى شهاتها المنطقة والتحركات العربية التى جرت خلال الأسابيع الأخيرة فى فرنسا وايطاليا والجولات المكوكية التى قام بها مبعوث الإتحاد الأوربى < موراتينيوس > فلم يستطيع الأوربيون أن تؤثروا على مسيرة السلام شبراً واحداً ولم ينجحوا فى التأثير على إسرائيل أو على حليفهم الأكبر فى واشنطن (٢٩).

وفى التصريحات الأخيرة التى أدلى بها رفيق الحريرى رئيس وزراء لبنان بعد زيارته لمصر واجتماعه مع الرئيس مبارك اعترف بأنه لا توجد مقترحات أوربية جديدة لدفع عملية السلام وفق ما سمى بالصيغة الأوربية الجديدة < السلام الكامل أو الانسحاب الكامل مقابل الأمن الكامل > وأن الاوربيين لم يتقدموا بأى أطروحات جديدة تخرج الموقف فى الشرق الأوسط من حالة التردى الخطير الذى وصلت اليه. والسؤال الذى يطرح نفسه هنا هو إذا كانت واشنطن قد أحجمت عن القيام بدورها فهل تتخلى أوربا أيضا عن دورها وإلى أين يمكن أن تصل التطورات الجارية فى المنطقة بعد أن بدأت أعمال لعنف والعلميات الإنتحارية تحتاج الشرق الأوسط من جديد.

وتطرح الأهرام سببين آخرين أثناء إدارتها لأزمة مستوطنة جبل أبو غنيم ليحتل الترتيب الثامن بنسبة متساوية وضعيفة بلغت (٢ر٦٪) وهما استكمال مشروع اسرائيل الكبرى < من النيل إلى الفرات > ، والثقة الإسرائيلية التى تبلغ حد الصلف والغرور فى تفوقها العسكرى على العرب وقوتها العسكرية التقليدية والنووية.

وقد احتل ثلاثة أسباب الترتيب التاسع وبنسبة متساوية ضئيلة بلغت (١ر٧٪) ، هم استغلال نتنياهو للمناخ لدولى الراهن ، المنصرف إلى إعادة ترتيب الأوضاع فى ظل العولمة الجديدة تشجيع الإرهاب ضد العرب باستخدام اليهود الأشد تطرفا فى عدائهم للعرب إلى المستوطنات المجاورة للمدن العربية ، واحتلال مواقع استراتيجية من شأنها تحسين الموقف العسكرى لإسرائيل وحرمان عدوها المحتمل من التمركز فوق مرتفعات عالية وإن جبل أبو غنيم هو بالتحديد هذا الموقع.

ولم تتجاهل الأهرام سوى سبباً واحداً وهو صرف الأنظار عن الفضيحة السياسية التى تورط فيها نتنياهو والتى هددت بطرح الثقة فى حكومته.

(٣) الشعب:

تقدم السبب الخاص بتهويد القدس كل الأسباب التى طرحتها صحيفة الشعب الممثلة للتيار الإسلامى فى إدراتها لأزمة بناء مستوطنة هارحوما بجبل أبو غنيم حيث جاء فى الترتيب الأول بنسبة (٩ر٢٦٪) يليه من حيث الإهتمام عزل القدس عن الضفة الغربية وإعدادها كعاصمة لإسرائيل فجاء فى الترتيب الثانى بنسبة (٤ر٢٠٪) وهذا هو ما تم بالفعل حيث أن مستوطنة أبو غنيم فى القدس الشرقية جاءت لتمثل الحلقة الأخيرة من حلقات تطويق القدس بالمستوطنات بحيث لايمكن الانتقال من المدينة إلى الضفة الغربية إلا عبر الجواجز الصهيونية الأمنية والبشرية < وهارحوما > هى جزء من سلسلة المشاريع الإستيطانية التى تهدف إسرائيل من ورائها تحقيق القدس الكبرى التى يريد الإسرائيليون أن تشكل ٣٠٪ من مساحة الضفة الغربية ويريد نتنياهو أن يحقق قبل عام ٢٠٠٠ التصور الصهيونى للقدس على النحو التالى :-

١ - أن يصبح عدد سكان القدس مليون نسمة بمعدل ٧٥٠ ألف يهودى ، ٢٥٠ ألف فلسطينى عربى.

٢ - أن تصبح مساحة القدس ١٠٨ كم٢ بالاضافة إلى ٥٠ كم٢ من قرى وأراضى الضفة المحيطة بالمدينة.

Converted by Tiff Combine - (no stamps are applied by registered version)

٣ – أن يخصص فى المدينة ٤١ كم٢ للسكن ، و٣٨ كم٢ للحائق والمساحات العامة ، ١١ كم٢ للمناطق المفتوحة ٣ر٦ كم٢ للمؤسسات العامة ٤ر٦ كم٢ للتجارة والصناعة.

٤ – أن يصبح عدد الوحدات السكنية ١٨٠ ألف وحدة يقطنها ٧٥٠ ألف يهودى[٣٠].

كما احتل السبب الخاص بتدفق الدعم السياسى والعسكرى والمالى من أمريكا إلى اسرائيل الترتيب الثالث بنسبة (١ر١١٪) فالشعب تؤكد على أن التدليل الأمريكى للعدو الصهيونى وخوف أمريكا من إغضاب اللوبى اليهودى عندها يقف حجر عثرة أمام الأزمة.

ويأتى السبب الخاص بطمس هوية مدينة القدس العربية الإسلامية ليمثل الترتيب الرابع بنسبة (٣ر٩٪) ، وقد ظهر ذلك من خلال تعرض المسجد الأقصى لمحاولات عديدة لحرقه وهدمه وتفجيره ، بالإضافة إلى اقتحامه وفتح النار على جموع المصلين فيه ، غير أن أخطر ما يهدد المسجد الأقصى هو المحاولات الصهيونية الرامية إلى إقامة ما يسمى بالهيكل الثالث على أنقاض المسجد الأقصى وكان نفق الأقصى فى سبتمبر ١٩٩٦ آخر محاولات اليهود لتدمير المسجد الأقصى ، وقد أدت المصادمات بسببه إلى قتل ٧٨ ، وجرح ١٥٠٠ وهناك تقارير تؤكد أن سلطات الاحتلال على وشك الإنتهاء من حفر انفاق أخرى يمكن أن تؤدى إلى انهياره وقد صور شريط فيديو عمق الحفريات الجارية تحت المسجد الأقصى بعمق من ٦ – ٩ أمتار بامتداد عشرات الأمتار وهناك مخاوف حقيقة من أن تكون المراحل المقبلة بعد تمام تهويد الأرض المحتلة هى هدم المسجد الأقصى المبارك[٣١].

وتطرح الشعب فى الترتيب الخامس وبنسبة (٦ر٥٪) السبب الخاص بالثقة الإسرائيلية التى تبلغ حد الصلف والغرور فى تفوقها العسكرى على العرب وقوتها العسكرية التقليدية والنووية.

ثم تطرح ثلاثة أسباب وبترتيب متساوية هو الترتيب السادس وبنسبة أيضا متساوية بلغت (٦ر٤٪) وهى استكمال مشروع اسرائيل الكبرى (من النيل إلى الفرات) فقد صار العدو يتصرف وكأن أرض فلسيطين كلها أرضه وكأن الفلسطينيين الموجودين دخلاء مطلوب التخلص منهم وتشريدهم أو إخضاعهم وإذلالهم ويظهرون وكأنهم يتفضلون على الفلسطينين بانسحاب جنودهم من بعض الأماكن وسرعان ما يعودون إليها تحت أى علة واهية[٣٢].

ثم السبب الخاص باستغلال حالة الضعف العربى عموماً ، وعدم القدرة على التصدى الحاسم أو الرد الحازم اللهم إلا بيانات الشجب والإدانة ، مما أعطى الفرصة لنتنياهو بالتصرف كما يشاء ويفرض سياسة الأمر الواقع. ثم السبب الخاص بتشجيع الإرهاب ضد العرب باستقدام اليهود الأشد تطرفاً فى عدائهم للعرب إلى المستوطنات المجاورة للمدن العربية.

كما طرحت الشعب سببين آخرين جاءا فى الترتيب السابع وبنسبة ضئيلة بلغت (٧ر٣٪) وهما تطويق المدن والقرى الفلسطينية وإيجاد تجمعات غريبة ومتناقضة بين المناطق السكنية العربية ، احتلال مواقع استراتيجية من شأنها تحسين الموقف العسكرى لإسرائيل وحرمان عدوها المحتمل من التمركز فوق مرتفعات عالية (وجبل أبو غنيم هو بالتحديد هذا الموقع).

ويأتى السبب الخاص بتخلى أوربا عن دورها فى منطقة الشرق الأوسط فى آخر اهتمامات جريدة الشعب حيث احتل الترتيب الثامن وبنسبة ضئيلة بلغت (٨ر٢٪).

هذا وقد تجاهلت الشعب ثلاثة أسباب لم تحظ بأى اهتمام من جانب الصحفية ، وهى السبب الخاص بحسم مفاوضات الوضع النهائى حول القدس لصالح اليهود ، صرف الأنظار عن الفضيحة السياسية التى تورط فيها نتنياهو والتى هددت بطرح الثقة فى حكومته ، استغلال نتنياهو للمناخ الدولى الراهن المنصرف إلى إعادة ترتيب الأوضاع فى ظل العولمة الجديدة.

(٤) الـوفـد :

جاء تهويد القدس كأهم الأسباب التى طرحتها جريدة الوفد والتى تمثل التيار الليبرالى فجاء فى الترتيب الأول وبنسبة مرتفعة بلغت (٣ر٣٠٪) يليه فى الترتيب الثانى بنسبة (١ر١٥٪) تدفق الدعم السياسى والعسكرى والمالى من أمريكا إلى اسرائيل وقد ظهر هذا الدعم واضحاً فى استخدام أمريكا للفيتو فى مجلس الأمن ضد مشروع القرار الأوربى الذى يندد بالإستيطان فى القدس الشرقية مما يؤكد أن واشنطن ستظل إلى أجل غير مسمى الحامية لإسرائيل مهما ارتكبت من جرائم ومخالفات ومحظورات ضد الفلسطينيين والعرب.

فكل رؤساء أمريكا تقريباً بعد ايزنهاور يرفضون مجرد الإستماع إلى كلمة الضغط على اسرائيل ومن هنا فإن الراعى الأول لعملية السلام لايجد ما يفعله سوى ترك الفلسطينيين لمصيرهم لكى يفعل بهم الإسرائيليين ما يشاءون ، وكل ما تملكه الولايات المتحدة الأمريكية هو توجيه النصح للفسطينيين بالاستمرار فى المفاوضات وعدم السماح باندلاع العنف ضد الإسرائيلين فى الأراضى الفلسطينية المحتلة.

ويأتى السبب الخاص بحسم مفاوضات الوضع النهائى حول القدس لصالح اليهود ليحتل الترتيب الثالث بنسبة (١ر٨٪) ثم تطويق المدن والقرى الفلسطينية وإيجاد تجمعات غريبة ومتناقضة بين المناطق السكنية العربية فى الترتيب الرابع بنسبة (٦ر٧٪) واسرائيل تريد بذلك محاصرة المدينة لتكون من بعد مجرد نقطة وسط محيط من المستوطنات والمستوطنين.

كما طرحت الوفد السبب الخاص بالهيمنة الإسرائيلية المطلقة على المنطقة ، كسب خامس بنسبة (٥ر٦٪) ويتساوى ثلاثة أسباب فى طرحها من قبل الصحيفة فى الترتيب السادس والنسبة التى بلغت (٩ر٥٪) وهم : استغلال حالة الضغط العربى عموماً وعدم القدرة على التصدى الحاسم أو الرد الحازم اللهم إلا بيانات الشجب والإدانة ، عزل القدس عن الضفة الغربية وإعدادها كعاصمة لإسرائيل ، تشجيع الإرهاب ضد العرب باستقدام اليهود الأشد تطرفا فى عدائهم للعرب إلى المستوطنات المجاورة للمدن العربية.

وقد جاء فى الترتيب السابع وبنسبة (٩ر٤٪) الثقة الإسرائيليه التى تبلغ حد الصلف والغرور فى تفوقها العسكرى على العرب وقوتها العسكرية التقليدية والنووية. ثم تطرح الصحيفة السبب الخاص بطمس هوية مدينة القدس العربية والإسلامية ليحتل الترتيب الثامن بنسبة (٣ر٤٪) يليه استكمال مشروع اسرائيل الكبرى (من النيل إلى الفرات) فى الترتيب التاسع بنسبة (٢ر٢٪) ثم اتخلى أوربا عن دورها فى منطقة الشرق الأوسط فى الترتيب العاشر وبنسبة ضئية بلغت (٦ر١٪).

وأخيراً ياتى فى نهاية قائمة اهتمام صحيفة الوفد بنسبة ضعيفة جداً بلغت (١ر١٪) السبب الخاص باحتلال مواقع استراتيجية من شأنها تحسين الموقف العسكرى لإسرائيل وحرمان عدوها المحتمل من التمركز فوق مرتفعات عالية كموقع جبل أبو غنيم.

وبالتالى لم تتجاهل جريدة الوفد سوى سبب واحد هو صرف الأنظار عن الفضيحة السياسية التى تورط فيها نتنياهو والتى هددت بطرح الثقة فى حكومته لكنها أعطت الأولوية لمجموعة أسباب ركزت عليها فى مضمونها وأهملت البعض الآخر فأعطتها نسبة أقل من الإهتمام ولكنها لم تتجاهل أى من هذه الأسباب.

مما سبق يمكن القول:

أن الصحافة المصرية فى إدارتها لأزمة بناء مستوطنة جبل أبو غنيم طرحت أسباباً عديدة للأزمة ولكن كان أبرز الأسباب التى اتفقت عليها صحف الدراسة وأعطتها أولوية فى الإهتمام هو تهويد القدس كما اتفقت صحيفتى الأهرام والوفد فى إعطاء أولوية أيضا للسبب الخاص بتدفق الدعم السياسيى والعسكرى والمالى من أمريكا إلى إسرائيل. واتفقت صحيفتا الشعب والوفد فى للسبب الخاص بتشجيع الإرهاب ضد العرب باستقدام اليهود الأشد تطرفاً فى عدائهم للعرب إلى المستوطنات المجاورة للمدن العربية.

وأخيراً أتفقت صحيفتا الأهالى والشعب فى تجاهلهما للسبب الخاص بتجاهل نتنياهو للمناخ الدول الراهن وبهذا تكون الصحافة المصرية قد قدمت أسباباً واقعية للأزمة. واتفقت فيما بينها على اسباباً ثابتة للأزمة.

ثانيا: آثار الأزمة:

تباينت الصحف المصرية فى مدى اهتمامها بالآثار المترتبة على أزمة بناء مستوطنة جبل أبو غنيم ، كما تباين اهتمام كل صحيفة بالنسبة لهذه الآثار وفيما يلى توضيحا لذلك :

(١) الأهالى:

تصدر نسف عملية السلام ، وتعرض المنطقة فى الفترة القادمة إلى حالة من الإضطراب والتفجر فى الأوضاع توقعات جريدة الأهالى بنسبة (٣ر٢٧٪) لكل منهما ثم تصاعد العلميات الإنتحارية داخل الأراضى المحتلة بنسبة (٢ر١٨٪) ، وفى الترتيب الثالث وبنسب متساوية طرحت الجريدة ثلاثة توقعات لهذه الأزمة وبنسبة (١ر٩٪) لكل منهم وهم : تصاعد المشاعر المعادية لأمريكا ، فقدان ثقة الأطراف العربية كلها بالحكومة الإسرائيلية الحالية ، اندلاع انتفاضة الحجارة مرة أخرى فى المدن الفلسطينية. هذا ولم تطرح الأهالى أى توقعات أخرى.

(٢) الأهرام:

تصدر نسف عملية السلام الترتيب الأول من بين التوقعات الأخرى التى طرحتها جريدة الأهرام بنسبة (٩و٢٩٪) يليه تعرض المنطقة فى الفترة القادمة إلى حالة من الاضطراب والتفجر فى الأوضاع بنسبة (٢ . ٢٣٪) ، ويأتى توقع الجريدة بتفجر مشاعر الغضب العربية ليحتل الترتيب الثالث بنسبة (١٣٪) ، ثم فقدان ثقة الأطراف العربية كلها بالحكومة الإسرائيلية الحالية ليحتل الترتيب الرابع بنسبة (٩٪) ، ويحتل التوقع الخاص بتصاعد العلميات الانتحارية نتيجة الممارسات الإسرائيلية الترتيب الخامس بنسبة (٨ر٦٪) ، ثم اندلاع انتفاضة الحجارة مرة أخرى فى المدن الفلسطينية فى الترتيب السادس بنسبة (٦ر٥٪) يليه تزايد المشاعر المعادية لأمريكا بنسبة (٥ر٤٪) ، ثم زيادة الإحباط فى الشارع العربى نتيجة الإحساس بأن نتنياهو لا رادع له بنسبة (٤٪) ، وتعرض الأهرام فى النهاية توقعين آخرين بنسبة ضعيفة ، وهما : تشوية صورة اسرائيل أمام الرأى العام العالمى بنسبة (٨ر٢٪) ، وتعرض مصالح أمريكا واسرائيل بالمنطقة العربية وخاصة منطقة الخليج للخطر وذلك بنسبة (١ر١٪).

(٣) الشعب:

تطرح الشعب تفجر المشاعر العربية كأول توقعاتها لاثار الأزمة بنسبة (٥ر٢١٪) ، يلى هذا التفجر فى المشاعر تصاعد العمليات الانتحارية كثانى هذه الآثار بنسبة (١٩٪) ، وتطرح فى الترتيب الثالث توقعين آخرين متساويين فى النسبة (٧ر١٧٪) وهما تعرض المنطقة فى الفترة القادمة إلى حالة من الإضطراب والتفجر فى الأوضاع ، واندلاع انتفاضة الحجارة مرة أخرى فى المدن الفلسطينية وبالتالى فإن الآثار التى طرحتها جريدة الشعب فى الترتيبات الثلاث الأولى تعكس العنف كأحد أهم الآثار المترتبة على هذه الأزمة ، والوقع الذى تعيشه بعد الأزمة يؤكد هذه التوقعات.

وفى الترتيب الرابع طرحت الشعب نسف عملية السلام بنسبة (٤ر١١٪) ، ثم تزايد المشاعر المعادية لأمريكا كترتيب خامس بنسبة (٣ر٦٪) ، ثم طرحت الجريدة توقعين آخرين متساوين بلغتا (٥ر٢٪) ، وفى الترتيب السادس من بين التوقعات المطروحة وهما تشويه صورة إسرائيل أمام الرأى العالمى ثم فقدان ثقة الأطراف العربية كلها بالحكومة الإسرائيلية الحالية. وأخيراً جاء فى الترتيب السابع وبنسبة ضعيفة (٣ر١٪) التوقع الخاص بتعرض مصالح أمريكا وإسرائيل بالمنطقة العربية خاصة منطقة الخليج للخطر.

(٤) الوفد:

جاء نسف عملية السلام أول الآثار المطروحة فى جريدة الوفد بنسبة (٤ر٢٤٪) ، ثم تعرض المنطقة فى الفترة القادمة إلى حالة من الإضطراب والتفجر فى الأوضاع كثانى الاثار المطروحة وبنسبة (١٩٪) ، يلى ذلك فى الترتيب الثالث وبنسبة (٦ر١٧٪) تفجر مشاعر الغضب العربية ، ثم اندلاع انتفاضة الحجارة مرة أخرى فى المدن الفلسطينية فى الترتيب الرابع بنسبة (١ر١٦٪) ، وفى الترتيب الخامس جاء تصاعد العلميات الإنتحارية بنسبة (٣ر٨٪) ، ثم ياتى فى الترتيب السادس التوقع الخاص بفقدان الأطراف العربية كلها الثقة بالحكومة الإسرائيلية وذلك بنسبة (٤ر٤٪) وبنسب قليلة جاءت مجموعة توقعات متتالية كما يلى :-

- تزايد المشاعر المعادية لأمريكا بنسبة (٩ر٣٪).
- زيادة الإحباط فى الشارع العربى نتيجة الإحساس بأن نتنياهو لا رادع له بنسبة (٤ر٣٪).

- تعرض مصالح أمريكا واسرائيل بالمنطقة العربية وخاصة منطقة الخليج للخطر بنسبة (٤ر٢٪).
- تشويه صورة اسرائيل أمام الرأى العام بنسبة (٥ر٠٪).

❖ **مما سبق يتضح ما يلى :**

اتفاق صحف الأهرام والوفد والأهالى على أن البديل الأكثر توقعاً لآثار الأمة هو "نسف عملية السلام " ، " تعرض المنطقة فى الفترة القادمة إلى حالة من الإضطراب والتفجر فى الأوضاع "

- فى حين انفردت جريدة الشعب من بين صحف الدراسة بتوقع تفجر مشاعر الغضب العربية وتصاعد العمليات الإنتحارية كأهم الآثار المتوقعة للأزمة.

- لم تتطرق جريدة الأهالى فى إدارتها للأزمة لمجموعة توقعات لآثار الأزمة وهى : تفجر مشاعر الغضب العربية تشويه صورة اسرائيل أمام الرأى العام العالمى ، زيادة الإحباط فى الشارع العربى نتيجة الإحساس بأن نتنياهو لا رادع له ولم تطرق أيضاً جريدة الشعب إلى هذا البديل ، ثم يأتى أخيراً تعرض مصالح أمريكا واسرائيل بالمنطقة العربية للخطر.

- اتفاق صحيفتى الأهرام والوفد فى طرحهما لكل الاثار المترتبة على الأزمة.

- كان لدورية الصدور ولخبرات البشرية فى صحيفتى الأهرام والوفد أثر كبير فى توسع حجم مناقشاتهما للآثار المتوقعة لأزمة القدس.

ثالثا : الحلول التى طرحتها الصحافة المصرية لمواجهة أزمة بناء مستوطنة ابو غنيم:

ارتكز اهتمام الصحافة المصرية على كيفية مواجهة مصر والعالم العربى والعالم الإسلامى للأزمة أما بالنسبة لمواجهة المجتمع الدولى للأزمة فلم يطرح سوى مرة أو مرتين فقط من خلال جريدة الوفد. غير أن المواجهة العربية تصدرت اهتمام الصحافة المصرية ثم المواجهة العربية الإسلامية مما يجعلنا نقول : أن الصحافة المصرية فى طرحها للحلول التى يمكن مواجهة الأزمة بها يغلب عليها الطابع العربى أولا ثم العربى الإسلامى ثانيا .

وقد طرحت الدراسة هذه الحلول كما يلى :

(١)الأهــالـى:

انطلقت الأهالى من أن المقاطعة العربية الشاملة لإسرائيل ومقاومة كل أشكال التطبيع هى البداية الحقيقة لمواجهة الأزمة فقد احتل هذا الحل الترتيب الأول فى الجريدة وبنسبة (٥ر٢٣٪) وتأثرت فى ذلك بالرؤية القومية التى تتبناها والتى تناهض مع العدو الصهيونى بكافة أنواعه

وأشكاله. بل تدعو أيضا للمقاطعة العربية ليس لإسرائيل فقط بل لحليفتها أمريكا حيث تنظر الجريدة والحزب الذى تنتمى إليه إلى أمريكا على أنها رأس الأفعى الذى يجب سحقه ، وقد قدمت حل لمقاطعة العربية لأمريكا من خلال ما كتبه أحد كتابها [٣٣] قائلاً : " أن العرب يملكون أكبر كمية من الودائع فى البنوك الأمريكية الكبرى ، والتى يقول البعض أنها تحكم أمريكا ولا شك تستطيع الدول المودعة أن تضغط عليها ضغطا يدفع لأن تتدخل لدى الحكومة لتقنعها بحقوق العرب . وقد أصبحت السوق العربية سوقاً رئيسية إن لم تكن الأولى لشركات الأسلحة الأمريكية والأوربية المهددة بالكساد إن لم يكن الغلق بعد نهاية الحرب الباردة ، ويكفى ذلك لكى يكون العرب " لوبى " على الطريقة الأمريكية يستفد كل وسائل الكفاح السياسى - الإقتصادى أولا ، وإذا كانت مصر لا تنتج بترولاً ولا تودع أموالا ولا تشترى سلاحاً بما يسمح لها بصدارة اللوبى إلا أنها تستطيع بمكافتها وقدرتها أن بأن تعلن المنظمات الحزبية والمنظمات غير الحكومية والنقابات المهنية والعمالية والتنظيمات الطلابية :

- أن لا يأكل أحد فى المطاعم الأمريكية.
- أن لا يتناول أحد مشروبات أمريكا .
- أن لا يشترى أحد أى أجهزة أو أى منتجات أمريكية.
- ألا يسافر أحد على طائرات أمريكية.
- أن يعتذر عن دعوة لحفلات دبلوماسية أو اجتماعية أمريكية.

ويمكن أن يكون ذلك أول الغيث ثم ينهمر.

وبنفس قوتها فى المطالب بوقف كل أشكال التطبيع ، طالبت الأهالى بوقف أية مباحثات مع اسرائيل حتى تلتزم بدقة بقرارات الشرعية الدولية فقد احتل هذا الحل لمواجهة الأزمة الترتيب الثانى بنسبة (٧ر١٤٪) فالجريدة ترفض الحوار مع من لا يملكون أدنى قدر من إمكانيات التنفيذ واتخاذ القرار . فالحوار الوحيد الذى نجح فى التأثير على العدو هو حوار الحجارة [٣٤] .

وجاء تنسيق المواقف العربية كحل ثالث بنسبة (٨ر١١٪) ثم فى الترتيب الرابع وبنسبة متساوية (٨ر٨٪) طرحت الأهالى حلين لمواجهة الأزمة وهما اتخاذ مواقف حاسمة من قبل كل الحكومات العربية والدول الإسلامية فى مواجهة هذا العدو الصهيونى الجديد والمتكرر ضد الحقوق والمقدسات العربية والإسلامية ، الرفض الواضح والصريح والقاطع للعودة إلى طاولة المفاوضات إلا بشروط محددة وضمانات كافية تعكس رغبة صادقة فى بلوغ سلام شامل حقيقى متوازن ومتكافئ يمكن أن تتوافر له عناصر الديمومة والاستمرار.

واحتلا حلين آخرين الترتيب الخامس بنسبة متساوية بلغت (٩ر٥٪) لكل منهما وهما ، انفجار انتفاضة فلسطينية جديدة ، رفض عربى إسلامى لإسرائيل موحداً وأبدياً ، كما طرحت الجريدة مجموعة أخرى من الحلول وبنسبة ضعيفة (٩ر٢٪) لكل حل وهى :

- إطلاق مبادرات الشعوب فى تهديد مصالح أمريكا ونفوذها فى المنطقة العربية والإسلامية.
- تهيئة الشعوب العربية لروح حرب رمضان.
- أن يكون لأوربا دور فعال فى حل الأزمة.
- مبادرة العرب بالتهديد بسحب السفراء وتجميد الإتفاقات.
- عودة البندقية للعمل بعد أن سكتت وأصابها الصدأ فإسرائيل لا تعرف الا سلاح البندقية فهى وحدها القادرة على الردع.
- وقف إسرائيل بناء المستوطنات وهو الحل السلمى والذى طرح فى الجريدة مرة واحدة فقط .

هذا وقد تجاهلت الجريدة مجموعة الحلول الأخرى لمواجهة الأزمة ، وهى :

- وضع استراتيجية إسلامية للدفاع عن المقدسات الدينية.
- التضامن العربى الإسلامى أمام النظام العالمى الجديد.
- إعلان الجهاد لتحرير مدينة القدس.

وقد اتسمت الحلول التى طرحتها جريدة الأهالى لمواجهة أزمة بناء مستوطنة ابو غنيم بأنها مشددة وتدعو أن يكون الحل فى إطار عربى أولا ثم اطار عربى إسلامى ثانيا.

(٢) الأهرام:

تأثرت الأهرام فى الحلول التى طرحتها لمواجهة الأزمة بالسياسة الخارجية المصرية التى التزمت بإيجتاد حلول سلمية على المسارات العربية ، فجاء الحل الأول الذى طرحته جريدة الأهرام بنسبة (٢ر٢٦٪) هو وقف اسرائيل بناء المستوطنات والعودة إلى طاولة المفاوضات السلمية مرة أخرى ثم طرحت فى الترتيب الثانى وبنسبة (٦ر١٥٪) تنسيق المواقف العربية كحل لمواجهة الأزمة.

فبنيامين نتنياهو يرى أن الموقف العربى غير فعال فى مساندة الفلسطينيين ولا يتجاوز الفوران الإنفعالى الصاخب لفترة محددة ، ثم يخمد بعد قليل[٣٥] ، وبالتالى فلابد للعرب من لم

الشمل ونبذ الخلافات ورفض سياسات التجزئة وإعلاء المصلحة العربية على المصلحة القطرية لمواجهة سياسات نتنياهو فى الأرض المحتلة.

كما طالبت الأهرام فى الحل الثالث و الذى بلغت نسبته (٢ر١٤٪) الحكومات العربية والدول الإسلامية باتخاذ مواقف حاسمة فى مواجهة هذا العدو الصهيونى الجديد والمتكرر ضد الحقوق والمقدسات العربية والإسلامية ، فالجريدة ترى أن المواقف العربية ما زالت دون المستوى الذى يتناسب مع خطورة الحدث وطبيعته ، واتسمت التصريحات العربية فى معظمها بمجرد الحديث عن خطورة بناء المستوطنة ، دون تتعداها لتشمل خطوات عملية محددة سواء تمثلت فى تجميد التعامل مع الحكومة الإسرائيلية الراهنة ، أو عقد تحالف دولى يندد بهذه المسألة وطرح موضوع المسيرة السليمة إلى مائدة البحث باشتراك كل الأطراف العربية خاصة سوريا ولبنان. وذلك كله مع ضرورة التمسك بالمبادئ الرئيسية لهذه العملية دون تقديم أية تنازلات عربية لصالح الجانب الإسرائيلى واستمرار العمل وفقاً لمبادئ مدريد دون أية تعديلات أو تغييرات ، كما تهدف الحكومة الإسرائيلية الحالية ، لأن ذلك هو الطريق الوحيد لتعديل المسار وجعله أكثر قابلة لضمان الحد الإدنى للحقوق العربية[٣٦].

كما يرى أحد كتاب الأهرام أيضا أنه أصبح من الضرورى وقوف العالمين العربى والإسلامى وقفه واحدة صلبة ضد هذه الأعمال التجريبية وتقديم الدعم الفعال للسلطة الفلسطينية التى تتصدى وحدها لهذه المخططات العنصرية اليهودية المتطرفة حتى يمكن انقاذ القدس العربية والمسجد الأقصى قبل فوات الأوان [٣٧].

كما طرحت الجريدة حلين احتلا الترتيب الرابع بنسبة (٦ر١٠٪) لكل منهما وهما وقف أية مباحثات مع اسرائيل حتى تلتزم بقرارات الشرعية الدولية ، ورفض واضح وصريح وقاطع للعودة إلى طاولة المفاضات الا بشروط محدد وضمانات كافية تعكس رغبة صادقة فى بلوغ سلام شامل حقيقى متوازن ومتكافى يمكن أن تتوافر له عناصر الديمومة والاستمرار ، كما احتل الحل الخاص بالمقاطعة العربية الشاملة لإسرائيل الترتيب الخامس بنسبة (٩ر٩٪) وهذه الحلول الثلاثة الأخيرة التى طرحتها الأهرام تعكس تيارات متشددة تجاه إسرائيل وهى ليست بالضرورة تعبر عن السياسة الرسمية للأهرام ولكنها فى الغالب تعبر عن رأى كاتبها سواء كان كاتب عمود يتمتع بنسبة عالية من الحرية أو مصاحف من خلال ما تتيحه الجريدة من مساحة كبيرة على صفحاتها للرأى الآخر فى صفحات قضايا وآراء ، شئون عربية .

واحتل حلين آخرين الترتيب الخامس بنسبة (٨١ر٢٪) لكل منهما وهما : مبادرة العرب بالتهديد بسحب السفراء وتجميد الإتفاقات ، وضع استراتيچية إسلامية للدفاع عن المقدسات الدينية .

وقد كانت القمة الإسلامية فى اسلام آباد هى أولى خطوات هذه الاستراتيچية ، وقد وصف أحمد نافع هذه القمة بأنها مصالحة إسلامية كبرى تعنى تعزيز الدور العربى ومساندة القضية الأولى فى المحاقل الدولية ، وقد دعت القمة الإسلامية المجتمع الدولى حمل اسرائيل على الالتزام التام بتنقيذ جميع الاتفاقات والتعهدات المبرمة فى إطار عملية السلام وفق الجدول الزمنى المحدد لها .

ورفع الحصار عن مدينة القدس ووقف جميع القرارات والإجراءات والممارسات الاسرائيلية المتمثلة فى : الاستيطان اليهودى ومصادرة الأراضى وهدم المنازل وسحب هويات المواطنين المقدسين وأعمال الحفريات حول الحرم القدسى الشريف وانتهاك حرمة الأماكن المقدسة الإسلامية والمسيحية(٣٨).

واحتلت الترتيب السادس بنسبة (١ر٢٪) الحلول التى طرحت فى فئة " أخرى تذكر " وهم ثلاثة حلول لم يطرحوا فى أى من صحف الدراسة الأخرى منهم حلان طرحهم سلامة فى عموده من قريب الأول أن يعلن عرفات إستقالته ويضع نتنياهو وأمريكا أمام خيار حقيقى ، بكل ما يترتب على ذلك من تداعيات أسوأها إعادة احتلال غزة والضفة بخسائر كبيرة.

أما الحل الثانى فهو توقف العرب عن شراء الأسلحة بالمليارات من أمريكا والغرب تلك الأسلحة التى يعرف الجميع أنها بمثابة مساعدات مالية مقنعة لخدمة اقتصاديات الغرب(٣٩).

أما الحل الثالث الذى طرحته الجريدة فهو عقد قمة شبيهة بكامب ديفيد.

وفى الترتيب السابع طرحت الأهرام حلين بنسبة متساوية بلغت (٤ر١٪) وهما انفجار انتفاضة فلسطينية جديدة ، وجود دور فعال لأوربا فى حل الأزمة ، وقد طرح كتاب الجريدة فى الترتيب الثامن وبنسبة ضعيفة (٧ر٠٪) ثلاثة حلول لمواجهة الأزمة وهم : إطلاق مبادرات الشعوب في تهديد مصالح أمريكا ونفوذها فى المنطقة العربية والاسلامية ، مطالبة الحكومة العربية برفع يدها عن التحركات الشعبية الرافضة لكل الممارسات والانتهاكات الصهيونية ، إعلان الجهاد لتحرير مدينة القدس .

وهناك مجموعة من الحلول التى تجاهلتها الجريدة ولم تطرحها خلال فترة الدراسة وهم : تهيئة الشعوب لروح حرب رمضان ، عودة البندقية للعمل بعد أن سكتت وأصابها الصدأ ، فإسرائيل

لا تعرف إلا سلاح البندقية فهى وحدها القادرة على الردع ، التضامن العربى الإسلامى أمام النظام العالمى الجديد ، الرفض العربى الإسلامى لإسرائيل مواحداً وأبدياً .

ويلاحظ على الحلول التى طرحتها الأهرام أنها جنحت للسلم تارة وللتشدد تارة أخرى ولكن الحل السلمى كان الغالب وبالتالى فقد كان التوجه السائد لدى كتاب الأهرام هو التأكيد على حل الأزمة فى إطار عربى سلمى وهو ما يتواكب مع السياسة الخارجة المصرية.

(٣) الشعب:

انطلقت جريدة الشعب فى حلوها من الرؤية الإسلامية التى تحدد موقف الشعب من القضية بشكل عام والذى ينطلق من فقدان الثقة كاملة فى سياسات السلام مع اسرائيل والدعوة إلى التضامن الاسلامى وبناء القوة العسكرية ودعم الحركات والأحزاب الاسلامية (حماس ، الجهاد ، وحزب الله) فى مقاومة الاحتلال الاسرائيلى.

فقد جاء الحل الأول الذى طرحته الجريدة بنسبة (٤ر١٥٪) فى المقاطعة العربية الشاملة لإسرائيل ، فمقاومة كل أشكال التطبيع يعتبر جزء من برامج حزب العمل ، أما الحل الثانى الذى طرحته الجريدة بل ودعت إليه بنسبة (٨ر١٤٪) هو إعلان الجهاد لتحرير مدينة القدس ، فقد رفعت جريدة الشعب فى أعدادها الأولى بعد الأزمة شعار " الجهاد الإسلامى لتحرير القدس ".

كما طرحت الجريدة حلاً ثالثاً بنسبة (٨ر١٢٪) يقضى باتخاذ مواقف حاسبة من قبل كل الحركات العربية والدول الإسلامية فى مواجهة هذا العدو الصهيونى الجديد والمتكرر ضد الحقوق والمقدسات العربية والإسلامية .

فالجريدة ترى أن الأحداث قد وصلت إلى ذروتها ولم يعد ممكناً ولا مقبولا الاستمرار فى حالة التراخى الراهنة التى باتت تهدد المقدسات الإسلامية والثوابت والحقوق العربية والإسلامية فى فلسطين ، بل باتت تهدد وجود الشعب الفلسطينى نفسه ومن بعده الشعوب والأراضى العربية (٤٠).

وفى الترتيب الرابع بنسبة (١ر١٢٪) جاء الحل الخاص بوضع استراتيجية إسلامية للدفاع عن المقدسات الدينية ، ويتم ذلك من خلال الاتفاق أولا على إزالة الخلافات الفرعية بين بعض الدول الإسلامية ليتم التعاون الحقيقى ضد العدو المشترك وثانيا أن يستشعر الجميع أن قضية فلسطين هى قضيتهم جميعاً وأنهم مسئولون أمام الله ثم أمام التاريخ إذا ضيعوها وتكون وصمة عار على جبين الحكومات المعاصرة إذا قصرت فى أداء واجبها.

وجاء حل رفض عربي إسلامي لاسرائيل مواحداً وأبدياً ليحتل الترتيب الخامس بنسبة (٤ر١٤٪) وفى إطار الرفض الإسلامى لإسرائيل وتصرفاتها جعلت منظمة المؤتمر الإسلامى فى ميثاقها الأساسى مدينة القدس مقرا لها واختارت " جدة " مقراً مؤقتا حتى يتم تحرير القدس من الاحتلال الاسرائيلى وتلك إشارة إسلامية واضحة لاسرائيل تؤكد أن القدس مدينة عربية إسلامية وأن العالم الإسلامى لا يقبل المساومات أو المزاعم الاسرائيلية مهما طالت سنوات الاحتلال للمدينة المقدسة[٤١].

واحتل حل انفجار انتفاضة فلسطينية جديدة الترتيب السادس بنسبة (٤ر٩٪) وقد ناشدت الجريدة بدعم الانتفاضة وروافد المقاومة الفلسطينية باعتبارها خط الدفاع الأول ضد العدو الصهيونى وفتح باب التبرع لذلك[٤٢].

وفى الترتيب السابع وبنسبة (٦٪) طرح كتاب الجريدة الحل الخاص بوقف اسرائيل بناء المستوطنات ، فهذه المستوطنة " هارحوما " والمستوطنة قبلها < معالية أدميم > شرق القدس يتحقق بها فصل مدينة القدس عن الضفة الغربية من خلال إقامة طريق يربط بين هاتين المستوطنتين ، وهكذا تحاصر القدس ويتم تهويدها كاملاً ، وقد قيل أن موقعها فى التفاوض فى نهاية المطاف لتكون أمام الأمر الواقع[٤٣]. ثم وقف أية مباحثات مع اسرائيل حتى تلتزم بدقة بقرارات الشرعية الدولية فى الترتيب الثامن بنسبة (٤ر٥٪) ، وفى الترتيب التاسع بنسبة(٤٪) طرح الحل الخاص بإطلاق مبادرات الشعوب فى تهديد مصالح أمريكا ونفوذها فى المنطقة العربية والإسلامية . فهى الراعية والمدللة للعدو ولن تتطوع بالضغط عليه وإغضاب اللوبى اليهودى عندها ، إلا إذا أحست أن ردود الأفعال العربية والإسلامية تجاه الممارسات الاسرائيلية ستشكل تهديدا ولو جزئيا لمصالحها ، ولكن لأسف لم تصل ردود الأفعال إلى هذا المستوى ولكنها اقتصرت على تنديد وشجب من كل من الدول العربية والإسلامية[٤٤].

وقد طرحت الجريدة مجموعة حلول أخرى لمواجهة الأزمة بنسب قليلة ومتتالية وهى:

- عودة البندقية للعمل بعد أن سكنت وأصابها الصدأ فاسرائيل لا تعرف إلا سلاح البندقية فهى وحدها القادرة على الردع وذلك بنسبة (٤ر٣٪).
- مطالبة الحكومات العربية برفع يدها عن التحركات الشعبية الرافضة لكل الممارسات والانتهاكات الصهيونية وذلك بنسبة (٧ر٢٪).

- مبادرة العرب بالتهديد بسحب السفراء وتجميد الاتفاقات بنسبة (٢٪).
- رفض واضح وصريح وقاطع للعودة إلى طاولة النفاوضات إلا بشروط محددة وضمانات كافية تعكس رغبة صادقة فى بلوغ سلام شامل حقيقى متوازن ومكافئ يمكن أن تتوافر له عناهصر الديمومة والاستمرار بنسبة ضعيفة جداً بلغت (٧ر٠٪).

هذا وقد تجاهلت الجريدة طرح مجموعة حلول أخرى أثناء ادارتها للأزمة وهى :

- تهيئة الشعوب لروح حرب رمضان.
- وجود دور فعال لأوربا فى حل الأزمة.
- التضامن العربى الاسلامى أمام النظام العالمى الجديد.
- تنسيق المواقف العربية.

ويمكن القول أن الحلول التى طرحتها جريدة الشعب لمواجهة الأزمة اتسمت بالتشدد والحدة وقد قدمت الحل الإسلامى على باقى الحلول وبالتالى فهناك اتساق بين الجريدة وأيديولوجية حزب العمل صاحب الفلسفة الإسلامية.

(٤) الـوفـد:

قدمت الوفد الحلول السلمية على الحلول الأكثر تشددا حيث جاء وقف اسرائيل بناء المستوطنات كأول حل حظى باهتمام الجريدة بنسبة (٤ر١٧٪) ، ثم الحل الخاص برفض واضح وصريح وقاطع للعودة إلى طاولة المفاوضات الا بشروط محددة وضمانات كافية تعكس رغبة صادقة فى بلوغ سلام شامل وحقيقى متوازن ومتكافئ يمكن أن تتوافر له عناصر الديمومة والاستمرار كثانى الحلول لمواجهة الأزمة وبنسبة (٢ر١٢٪) ثم يحتل الحل الخاص بتنسيق المواقف العربية الترتيب الثالث بنسبة (٦ر١١٪).

كما طرحت الجريدة فى الترتيب الرابع وبنسبة (٥ر١٠٪) اتخاذ مواقف حاسمة من قبل كل الحكومات العربية والدول الإسلامية فى مواجهة هذا العدو الصهيونى الجديد والمتكرر ضد الحقوق والمقدسات العربية والإسلامية ، وقد انتقد الدكتور نعمان جمعة الحكومات العربية على ردود فعلهم من إسرائيل نتيجة التجاوزات التى تفعلها فى الأرض المحتلة قائلا : " أين أنتم أيها العرب إنكم تنفعلون لأيام معدودة ثم تنسون أو تتناسون ثم تعودون إلى سلوككم ومسلككم المتعاد كأن شيئا لم

يحدث ، العرب جميعاً ليس لهم شوكة وليس لهم موقف ولا يضعون أمام الغير خطوطاً وحواجز لا يجوز تخطيها ، العالم كله لا يعمل أى حساب للعرب ولا لأهل هذه المنطقة فمهما كان عدوان الفرنجة والصهيونية فإنهم متأكدون ، أن العرب يغضبون لأيام ثم تتحول نارهم إلى رماد ويعود إليهم الهدوء ودماثة الخلق ، وهنا يعاودون الإتصال والتعامل والأحضان والقبلات لمن ضربهم بالنعال ".

وينهى مقاله بطرح مجموعة مواقف حاسمة ينبغى أن يأخذها العرب والمسلمين قائلا : " أيها العرب وأيها المسلمون وأيها المسيحيون فى كل مكان إنكم الأقوى وأنتم الأعلون فإن كانت اسرائيل تملك الردع النووى فإنكم تملكون الردع الإقتصادى والردع الاجتماعى والردع السياسى. لماذا لا يعلن العرب فرض الحصار على اسرائيل وعلى كل من يتعامل معها. لماذا لا نوقف صراعاتنا الداخلية ، لماذا لا نسحب أموالنا من أى بنك له صلة باليهود ، لماذا لا تقاطع أى شركة أو بنك تعامل مع اسرائيل ، لماذا لا نمنع مد اسرائيل بأى قدر من البترول أو الغاز من أى بلد عربى أو إسلامى. لماذا لا نمنع التعامل التجارى والسياحى مع اسرائيل. لماذا لا نمنع السفر المتبادل للمواطنين العاديين بين مصر وإسرائيل ، لماذا لا نسحب كل اعضاء سفارتنا من اسرائيل ونطرد كل اعضاء سفارتهم من القاهرة [٤٥].

كما طرحت الجريدة المقاطعة العوبية الشاملة لإسرائيل كحل خامس بنسبة (٩ر٩٪) ، فقد دعى أحد كتاب الجريدة إلى ربط أى عمليات تطبيع بمدى التزام إسرائيل مبادئ السلام وبالحق الفلسطينى والعربى فى الأرض المحتلة [٤٦].

وفى الترتيب السادس طرحت الجريدة وقف أية مباحثات مع اسرائيل حتى تلتزم بقرارات الشرعية الدولية وقد بلغت نسبة هذا الحل (٣ر٩٪).

أما انفجار انتفاضة فلسطينية جديدة فقد جاء فى ترتيب متأخر وهو السابع وبنسبة (٢ر٥٪) يليه مبادرة العرب بالتهديد بسحب السفراء وتجميد الاتفاقات فى الترتيب الثامن بنسبة (٧ر٤٪) ، كما طرحت الجريدة مجموعة حلول أخرى بترتيب متتالى كما يلى :-

عودة البندقية للعمل بعد أن سكتت وأصابها الصدأ فاسرائيل لا تعرف إلا سلاح البندقية فهى وحدها القادرة على الردع بنسبة (٥ر٣٪).

- وضع استراتيجية إسلامية للدفاع عن المقدسات الدينية بنسبة (٩ر٢٪).
- إعلان الجهاد لتحرير مدينة القدس بنسبة (٩ر٢٪).

وهذه الحلول الثلاثة تدعو لاستخدام العنف ضد هذا العدو المتعنت".

- إطلاق مبادرات الشعوب فى تهديد مصالح أمريكا ونفوذها فى المنطقة العربية والإسلامية بنسبة(٣ر٢٪).

- مطالبة الحكومات العربية برفع يدها عن التحركات الشعبية الرافضة لكل الممارسات والانتهاكات الصهيونية بنسبة(٣ر٢٪).

التضامن العربى الإسلامى أمام النظام العالمى الجديد بنسبة (٣ر٢٪).

- وجود دور فعال لأوربا فى حل الأزمة بنسبة (٢ر١٪).

- وقد طرحت الجريدة من خلال فئة أخرى تذكر وينسب (٢ر١٪) حلين هما :

- مطالبة أمريكا بموقف محدد باعتبارها الراعى الأول لعملية السلام.

- المطالبة بالوحدة العربية.

- تهيئة الشعوب لروح حرب رمضان بنسبة(٦ر٠٪). ولم تتجاهل الصحيفة سوى حل واحد فقط من الحلول المطروحة وهو رفض عربى وإسلامى لاسرائيل موحدا وأبدياً.

مما سبق يتضح لنا ما يلى :

- أن هناك اتفاق بين جريدتى الأهالى والشعب فى تقديم حل المقاطعة العربية الشاملة لإسرائيل < مقاومة كل أشكال التطبيع > على باقى الحلول التى طرحتها الجريدتان. ويعكس هذا اتفاق بين الرؤية الاسلامية للقضية أو للأزمة وبين رؤية اليسار القومى.

- أن هناك اتفاق بين جريدتى الأهرام والوفد فى طرحها للحل السلمى كأول الحلول وهو وقف اسرائيل بناء المستوطنات مما يعكس أيضا اتفاق بين الرؤية الرسمية للأزمة والتى تعكسها جريدة الأهرام والرؤية الليبرالية التى تعكسها جريدة الوفد.

- اتسمت معظم الحلول المطروحة على مستوى صحف الدراسة بالحدة والتشدد فى معظم الأحيان.

- كان التركز الأول على الحلول العربية ثم الحلول العربية الإسلامية.

- لم تطرح أحد الصحف الحل الاسلامى بتركيز سوى جريدة الشعب وهو الحل الخاص بإعلان الجهاد لتحرير مدينة القدس ، ورغم طرحه فى جريدتى الأهرام والوفد إلا أن النسبة كانت ضعيفة.

رابعا : ترتيب صحف الدراسة للأطراف المسئول عن الأزمة :

- اتفقت صحف الدراسة على اعتبار اسرائيل المسئول الأول والأساسي عن حدوث الأزمة وخاصة الليكود الإسرائيلى حيث احتلت الترتيب الأول عند كل صحف الدراسة بنسب متقاربة فجاءت فى الأهالى بنسبة (٦ر٥٢٪) والأهرام (٤ر٥٧٪) والشعب (٧ر٥٤٪) أما الوفد فكانت (٥٧٪) وبالتالى فقد اتفقت رؤية صحف الدراسة مع الواقع الذى يقول إن الاستيطان وبناء المستوطنات من أهم سياسات حزب الليكود الذى يمثله نتنياهو.

- اتفقت أيضا صحف الدراسة فى اعتبار أمريكا < الحليف الأول لاسرائيل > هى المسئول الثانى عن هذه الأزمة بسبب دعمها المستمر والمتكرر للسياسات الاسرائيل رغم انها تدعى أنها راعى عملية السلام ولكن ما حدث من استخدامها لحق الفيتو مرتين متتاليتين لصالح إسرائيل يؤكد عكس ذلك وبالتالى فهى مسئولة كبيرة عن حدوث الأزمة وتصاعدها ، وقد بلغت نسبتها فى الأهالى (٦ر٥٢٪) وفى الأهرام كانت النسبة (٧ر٣٤٪) أما الشعب فكانت (٧ر٣٧٪) والوفد بنسبة (٣ر٢٦٪).

- كما اتفقت أيضا صحف الدراسة فيما عدا الأهالى على اعتبار أوربا المسئول الثالث عن هذه الأزمة وذلك بتخليها عن دورها وإعلانها بأن دورها مكمل وتابع لأمريكا كما رفض وزراء خارجية الإتحاد الأوربى رغم معارضهم لما تفعله إسرائيل اتخاذ أية اجراءات من شأنها الضغط على اسرائيل لإيقاف بناء المستوطنة واستبعاد اتخاذ الاتحاد الأوربى أى قرارات أو فرض عقوبات اقتصادية ضد اسرائيل أو حتى بحث تعطيل اتفاقية الشراكة الاقتصادية الإسرائيلية الأوربية. وجاءت النسب كالتالى : الأهرام (٢٪) والشعب (٨ر٣٪) ، الوفد (٨ر٨٪).

- واتفقت صحف الأهرام والشعب والوفد على اعتبار العرب المسئول الرابع عن الأزمة بنسبة (٣٪) للأهرام ، (٥٪) للشعب ، (٤ر٤٪) للوفد ، وذلك لاستهتارهم وعدم اتخاذهم مواقف قوية وجادة - فهم لا يملكون سوى بيانات الشجب والإدانة.

- أما صحيفتا الشعب والوفد فقد اتفقتا على أن السلطة الفلسطينية هى المسؤل الخامس عن الأزمة بنسبة (٩ر١٪) للشعب ، (٨ر١٪) للوفد وذلك لعدم أخذها مواقف جادة من اتفاق أوسلو ومن اسرائيل ذاتها رغم الأزمات المتكررة التى تفاجئنا دائما بها.

- واتفقت صحيفتا الأهرام والوفد على اعتبار منظمتى حماس والجهاد أحد المسئولين عن هذه الأزمة فقد جاءا فى الترتيب السادس بنسبة (٢٪) للأهرام ، (٨ر١٪) للوفد وذلك بسبب العمليات الإنتحارية وإلقائهم لقنابل الدخان على الجنود الإسرائيليين. ولم تعتبر الوفد والأهرام أن ما تفعله

حماس والجهاد ضد الفلسطينيين حق طبيعى من حقوق الجهاد لاسترداد الوطن وهو لا يساوى شئ مقابل ما تفعله اسرائيل فى نساء وأطفال الفلسطينيين.

- ويلاحظ ان جريدة الأهالى ركزت المسئولية على جانين فقط هما اسرائيل وأمريكا وتجاهلت باقى الأطراف.

- أما الأهرام فلم تعتبر السلطة الفلسطينية مسئولة عن الأزمة بأى شكل من الأشكال ، كما لم تعتبر الشعب منظمتى حماس والجهاد مسئولين عن الأزمة.

خامساً : ترتيب صحف الدراسة للأطراف المتضررة من الأزمة :

هناك اتفاق عام بين صحف الدراسة على أن المتضرر الأول من الأزمة هم الفلسطنيين بنسبة (٢ر٥٦٪) فى والأهرام والوفد على أن المتضرر الثانى من الأزمة هم العرب بنسبة (٥ر٣٧٪) الأهالى ، (٢ر١٤٪) الأهرام ، (٦ر٢٣٪) الوفد.

أما جريدة الشعب فقد اعتبرت المسلمين هم المتضررون الحقيقيون بعد الفلسطينيين وبنسبة مرتفعة بلغت (٨ر٣٦٪) فما تمارسه السلطات الاسرائيلية ضد المقدسات الإسلامية خير دليل على هذا الضرر ، وقد جاء العرب فى الترتيب الثالث عند جريدة الشعب وبنسبة (٨ر٨٪).

- وقد اتفقت صحف الأهالى والأهرام والوفد على اعتبار المسلمين الطرف الثالث المتضرر من الأزمة بنسبة (٣ر٦٪) فى الأهالى ، (٨ر١٠٪) فى الأهرام ، (٣ر٧٪) فى الوفد ، بينما اعتبرت الأهرام اسرائيل أحد الأطراف المتضررة من الأزمة لأن الأزمة لها انعكاساتها على الأمن الاسرائيلى وعلى الشعب الإسرائيلى الداعى للسلام وقد أعطتها الترتيب الرابع بنسبة (١٠٪) واتفقت معها فى الترتيب جريدة الوفد بنسبة (٥ر٥٪) ، أما جريدة الشعب فقد اعتبرت المسيحيون هم رابع المتضررون من الأزمة بنسبة (٨ر٨٪) وكذلك الوفد بنسبة (٥ر٥٪) أما الآهرام فقد وضعتهم فى الترتيب السادس بنسبة (٧ر٦٪).

جاءت أمريكا كأحد الأطراف المتضررة من الأزمة فى الترتيب السادس عند الوفد بنسبة (٩ر٠٪) والترتيب السابع عند الأهرام بنسبة (٨ر٠٪) ، ولم تعتبر الأهالى المسيحيين وأمريكا وأوربا واسرائيل أطرافاً متضررة من الأزمة ، كما لم تعتبر الأهرام أوربا طرفاً متضرراً من الأزمة ، ولم تعتبر الشعب أمريكا وأوربا واسرائيل أيضا أطرافاً يمسها أى ضرر من هذه الأزمة ، أما الوفد فلم تعتبر أمريكا طرفا متضررا من الأزمة.

سادساً: أنمـاط التحرير الصحفي:

(١) الأهالي:

تصدر المقال الصحفي أنماط التحرير الأخرى التي استخدمتها جريدة الأهالي في إدارتها لأزمة مستوطنة جبل أبو غنيم حيث احتل الترتيب الأول بنسبة (١ر٤٦٪) يليه مباشرة في الترتيب الثاني الأخبار والتقارير الإخبارية وبنسبة متساوية بلغت (١ر٢٣٪) لكل منهما ثم جاءت الإفتتاحية في الترتيب الثالث بنسبة (٧ر٧٪) وبالتالي نلاحظ أن جريدة الأهالي ركزت في إدارتها للأزمة على مادة الرأي ويرجع ذلك إلى كونها جريدة أسبوعية يقل فيها دور المادة الأخبارية أيضا إمكانياتها التكنولوجية والمادية وقلة الكوادر الصحفية تجعلها لا تستطيع أن تواكب التطور السريع في الأحداث هذا إلى جانب أن الرأي ‹ المقال › يعتمد في معظمه على الصاحفين ‹ كتاب من خارج الجريدة›.

هذا ولم تستخدم الجريدة فني الحديث الصحفي والتحقيق الصحفي في إدارتها للأزمة إلى جانب عدم استخدامها للصور المصحوبة بتعليق ورسوم الكاريكاتير.

(٢) الأهرام:

استحوذت المادة الأخبارية على اهتمام حيث احتل الخبر الصحفي الترتيب الأول من بين أنماط التحرير الأخرى بنسبة (٧ر٣٩٪)، ويرجع ذلك إلى إمكانيات جريدة الأهرام المادية والبشرية والتكنولوجية والتي سمحت للجريدة بامتلاك مراسلين ومندوبين لها عرب وأجانب في القدس أيضا اشتراكها في معظم وكالات الأنباء العالمية وشبكات الإنترنت.

كما احتل المقال الصحفي ‹ تحليل – عمود › الترتيب الثاني بنسبة (٩ر٣٥٪) ويرجع ذلك إلى الصفحات التي تخصصها الجريدة للقضايا والآراء والشئون العربية وتطرح من خلالها كافة الآراء المؤيدة والمعارضة للقضية. واحتلت الإفتتاحية الترتيب الثالث بنسبة (٤ر٦٪) كما جاء استخدام الجريدة للصور الصحفية المصحوبة بتعليقات ورسوم الكاريكاتير في الترتيب الرابع وبنسبة متساوية بلغت (٪) لكل منهما وقد لوحظ على الصور التي نشرتها الأهرام تركيزها على ما يحدث من عمليات هدم وبناء في جبل أبو غنيم وأيضا ما يفعله الجنود الاسرائيليين بالأطفال الفلسطينيين، تركيزها .

وقد احتل كل من الحديث الصحفي والتقرير الترتيب الخامس بنسبة (٨ر٣٪) لكل منهما ، هذا ، ولم تعتمد الصحيفة مطلقاً على التحقيق الصحفي في إدارتها للأزمة.

(٣) جـريـدة الـشـعـب :

تحتل مادة الرأى المتمثلة فى المقال الصحفى بأنواعه الترتيب الأول فى جريدة الشعب من بين أنماط التحرير الأخرى بنسبة (٤٠٪) وتتساوى فى هذا الترتيب مع جريدة الأهالى ولنفس الأسباب المرتبطة بدورية الصدور وإمكانيات الجريدة ، ويتساوى الخبر الصحفى والحديث فى الترتيب الثانى بنسبة (٢٠٪)لكل منهما ، كما يحتل التقرير الصحفى الترتيب الثالث بنسبة (١٠٪) ويأتى الرسوم الكاريكاتيرية لتحتل التريب الرابع بنسبة (٧ر٦٪) وقد خلت المادة الصحفية المرتبطة بالأزمة من التحقيق الصحفى والصور المصحوبة بتعليقات وقد يرجع سبب عدم وجود الصور إلى ضعف الإمكانات التكنولوجية لصحيفة الشعب وقلة اعتمادها على وكالات الأنباء الأجنبية.

(٤) جـريـدة الـوفـد:

استحوذت المادة الإخبارية على اهتمام جريدة الوفد فى معالجتها للأزمة ، حيث جاءت فى الترتيب الأول بأعلى نسبة (٤٧٪) وتختلف بذلك الوفد عن باقى الصحف المعارضة ولكننا نعزى ذلك إلى كونها تصدر بصفة يومية وتمتلك إمكانيات مادية وبشرية أكثر من باقى الصحف الحزبية المعارضة.

كما احتل المقال بأنواعه الترتيب الثانى بنسبة (٨ر٢٥٪) يليه فى الترتيب الثالث الرسوم الكاريكاتيرية نبسبة (٦ر١٠٪) ومن الجدير بالذكر أن هذا الكاريكاتير ارتبط فى المقام الأول بشخص نتياهو وقراراته التى تجاوزت كل الحدود فى بناء مستوطنة جبل أبو غنيم.

كما احتلت الصور المصحوبة بتعليقات الترتيب الرابع بنسبة (١ر٩٪) وكانت معظم هذه الصور صادرة من وكالة الأنباء الفرنسية وهى تصور العنف الإسرائيلى والاعتداءات المتكررة على الفلسطينيين أثناء الصادمات التى حدثت نتيجة لبناء المستوطنة هارحوما.

واحتل التقرير الصحفى بأنواعه الترتيب الخامس بنسبة (١ر٦٪) يليه الافتتاحية حيث جاءت فى ذيل اهتمام الجريدة فلم يكن هناك سوى افتتاحيه واحدة ، حول مستوطنة أبو غنيم فجاءت فى الترتيب السادس بنسبة قليلة بلغت (٥ر١٪) ولم تولى الجريدة فن التحقيق الصحفى والحديث الصحفى أى اهتمام فى معالجتها للأزمة.

مما سبق يتضح لنا ما يلى :

– تأرجح اهتمام صحف الدراسة فى معالجتها لأزمة بناء مستوطنة جبل أبو غنيم بين

نمطين من أنماط لتحرير الصحفى حيث اتفقت الأهالى والشعب فى اعطاء الأولوية لفن المقال الصحفى وذلك لاقتناع الصحيفتين بأنه أكثر الفنون الصحفية ملاءمة لمعالجة مثل هذه الموضوعات التى تحتاج إلى تحليل لأبعادها المختلفة مما يسمح باستنباط الآراء والتجاهات (٤٧).

- أيضا لكون القارئ يحتاج إلى خلاصة آراء كبار الكتاب وأهل الخبرة الثقافية والسياسية والصحفية وهو ما يتحقق فى المقال (٤٨).

- كما اتفقت صحيفتا الأهرام والوفد فى إعطائهما الأولوية للمادة الأخبارية فى معالجتها للأزمة وقد يرجع ذلك إلى كونهما صحيفتان يوميتان وامتلاكهما إمكانيات مادية وبشرية أقوى من باقى الصحف.

- خلت الصحافة المصرية من استخدام فن التحقيق الصحفى رغم أهميته فى تقديم الرؤية الشاملة ذات الأبعاد المختلفة والدلالات المستخلصة (٤٩).

- وقد يرجع ذلك الإعتقاد بأن هذا الفن يرتبط أكثر بالقضايا والمشكلات الداخلية وأن هذ الأزمة تحتاج إلى متخصصين فى الشئون السياسية والعلاقات الدولية للكتابة عنها .

- تميزت صحيفتا الأهرام والشعب باستخدامهما لفن الحديث الصحفى من خلال معالجتهما للأزمة فى حين احجمت صحيفتا الأهالى والوفد عن استخدام هذا الفن .

- تفوقت صحيفتا الأهرام والوفد فى استخدام الصور الصحفية المصحوبة بتعليقات فى معالجتهما للأزمة وقد تنوعت هذه الصور بين صور ذات طابع شخصى وصور أخرى ذات طابع موضوعى ، وذلك لابراز الممارسات الإسرائيلية فى جبل أبو غنيم ضد الشعب الفلسطينى بينما تجاهلت صحيفتا الأهالى والشعب نشر هذه النوعية من الصور ، وقد يرجع ذلك لضعف امكانيات الصحيفتين المادية وقلة اعتمادهما على وكالات الأنباء العالمية.

- برز اهتمام صحف الأهرام والشعب والوفد فى معالجة الأزمة بفن الكاريكاتير لما له من أهمية كبيرة فى التأثير على الرأى العام فى حين خفت هذا الاهتمام تماماً فى جريدة الأهالى رغم أنها فى معظم موضوعاتها وخاصة السياسية تهتم بالكاريكاتير.

سابعا: منتج المادة الإعلامية (الوسيط الإعلامى):

اعتمدت الصحافة المصرية فى ادارتها لأزمة بناء مستوطنة جبل أبو غنيم على فئات متعددة من منتجى المادة الإعلامية كما يلى :-

(١) صحيفة الأهالي:

جاءت فئة المصاحفين ‹ كتاب من خارج الصحيفة › في الترتيب الأول عند جريدة الأهالي بنسبة (٨ر٣٠٪) حيث اعتمدت الصحيفة على كتاباتهم عن الأزمة لثقافتهم السياسية الواسعة التي من خلالها يتعمقون في أبعاد وانعكاسات الأزمة ، يليهم مباشرة فئة الكتاب من داخل الصحفية فجاءوا في الترتيب الثاني بنسبة (١ر٢٣٪) ، ثم يأتي كل من المحرر والمراسل وفئة غير محددة المصدر ليحتلا الترتيب الثالث بنسبة (٤ر١٥٪) لكل منهم.

هذا ولم تعتمد الأهالي مطلقاً في إدارتها للأزمة على وكالات الأنباء الأجنبية أو العربية أو الإسرائيلية ، صحف ومجلات أجنبية أو عربية أو إسرائيلية ، إذاعات أجنبية أو عربية أو اسرائيلية ، أو فئة الرسامين كمصادر للصحيفة.

(٢) صحيفة الأهرام:

احتل الكتاب من داخل الجريدة الترتيب الأول بنسبة (٩ر٢٧٪) من بين المصادر الأخرى ويعكس هذا اهتمام جريدة الأهرام بمناقشة الأزمة من خلال كتابها من ذوي الخبرة والدراية العالية فهي تمتلك نخبة كبيرة منهم ، كما جاء المحررين كمصادر للصحيفة في الترتيب الثاني بنسبة (٧ر٢٤٪) ، ثم وكالات الأنباء الأجنبية في الترتيب الثالث بنسبة (٨ر١٩٪) ويحتل المصاحفين (كتاب من خارج الصحيفة) من خلال المساحة الكبيرة التي تتجها الجريدة لكتاباتهم الترتيب الرابع بنسبة (١٤٪) كما احتل المراسل الصحفي الترتيب الخامس بنسبة (٧٪) يليه في الترتيب السادس الرسامين بنسبة (٧ر٤٪).

ولم تعتمد الجريدة على باقي المصادر في إدارتها للأزمة ، وهم وكالات الأنباء العربية أو الاسرائيلية الصحف والمجلات الأجنبية أو العربية أو الاسرائيلية ، الاذاعات الأجنبية أو العربية أو الاسرائيلية وأيضا فئة غير محددة المصدر.

(٣) الشعب:

احتل المحررون الترتيب الأول من بين المصادر الصحفية الأخرى لدى جريدة الشعب وبنسبة (٧ر٤٦٪) كما احتل الكتاب من داخل الصحيفة الترتيب الثاني بنسبة (٣٠٪) ثم المصاحفين ‹ كتاب من خارج الصحيفة › في الترتيب الثالث بنسبة (٣ر١٣٪) وجاء رسامي الكاريكاتير في الترتيب

الرابع بنسبة (٧ر٦٪) ثم غير محدد المصدر فى الترتيب الخامس بنسبة (٣ر٣٪) ، هذا ولم تعتمد الجريدة فى إدارتها للأزمة على باقى المصادر الصحفية ، وهى المراسلين الصحفيين فيبدو أن الجريدة لا تمتلك مراسلين صحفيين فى العواصم وأيضا وكالات الأنباء الأجنبية أو العربية أو الاسرائيلية ، الصحف والمجلات الأجنبية أو العربية أو الاسرائيلية، الإذاعات الأجنبية أو العربية أو الاسرائيلية.

(٤) الوفد:

جاء اعتماد جريدة الوفد على وكالات الأنباء الأجنبية على غير عادة الصحف المعارضة فى الترتيب الأول وبنسبة مرتفعة بلغت (٥٣٪) ويعكس ذلك تركيز الجريدة على المادة الآخبار فى معالجتها للأزمة هذا إلى جانب ارتفاع إمكانيات الجريدة المادية التى اتاحت لها الاشتراك فى وكالات الأنباء الأجنبية كما احتل المصاحفون ‹ الكتاب من خارج الصحيفة › الترتيب الثانى بنسبة (٧ر١٦٪) ، وجاء المحررون فى الترتيب الثالث بنسبة (١ر١٢٪) ، ثم الرسامين فى الترتيب الرابع بنسبة (٦ر١٠٪) ، وأخيراً يحتل كتاب الجريدة الترتيب الخامس (٦ر٧٪) ، وقد تجاهلت الصحيفة باقى المصادر وهى المرسلين ، وكالات الأنباء العربية والإسرائيلية ، والصحف والمجلات الأجنبية والعربية والإسرائيلية والإذاعات الأجنبية والعربية والإسرائيلية ، وأيضا فئة غير محدد المصدر.

مما سبق يتضح ما يلى :

- أن المصادر المحلية التى تتمثل فى محررى الصحف وكتابها ومصاحيفها تمثل مصدراً أساسياً لمختلف المواد الإعلامية التى نشرتها صحف الدراسة عن أزمة مستوطنة جبل أبو غنيم ، حيث يحتل المصاحفون والكتاب المصدر الأول والثانى لصحيفة الأهالى ، والثانى لصحيفة الوفد فى حين يمثل الكتاب المصدر الأول للأهرام والثانى للشعب ولعل هذا يفسر سر إعطاء المقال الصحفى بأنواعه الترتيب الأول والثانى فى صحف الدراسة ، إذ أن المقال بكافة أنواعه والكتاب والمصاحفين يتلاءموا مع معالجة موضوع الأزمة التى تمثل قضية ذات أبعاد دولية أو سياسية واقتصادية واجتماعية وتتطلب فى النهاية إبداء الاراء وتحديد المواقف لتوجيه الرأى العام وهو ما يقوم به المقال من بين أنماط التحرير الصحفى ويقوم به الكتاب والمصاحفين من بين مصادر الصحيفة الأخرى.

ويرجع اعتماد الأهالى والشعب على هاتين المصدرين إلى ضعف لإمكانات المادية باجرتدتين

وقلة الكوادر البشرية ايضا دورية الصدور التى تجعل الجريدتين تعتمدا على مادة الرأى أكثر من المادة الإخبارية (٥٠).

أما المحررون فقد احتلوا الترتيب الأول فى جريدة الشعب والثانى فى الأهرام والثالث فى الأهالى والوفد ويفسر ذلك اهتمام صحف الدراسة بالمادة الإخبارية وخاصة جريدة الأهرام التى احتلت فيها المادة الإخبارية الترتيب الأول.

- مثلت وكالات الأنباء الأجنبية المصدر الأول والرئيسى عند جريدة الوفد ، كما مثلت المصدر الثالث لجريدة الأهرام وقد يرجع ذلك الارتفاع الإمكانات المادية للجريدتين ودورية صدورهما بصفة دورية ، حيث لابد لهما من متابعة الأحداث العالمية هذا إلى جانب قلة مراسلى الأهرام فى الأرض المحتلة وعدم وجود مراسلين للوفد على الإطلاق.

- جاء الاعتماد على المراسلين فى جريدتى الأهرام والأهالى فى ترتيب متأخر (الخامس فى الأهرام والثالث فى الأهالى) فى حين لم تعتمد صحيفتا الشعب والوفد على المراسلين فى معالجة موضوعات الأزمة رغم أن المراسلين يعتبرون من المصادر الأساسية فى هذا الموضوع الدولى الذى تنتمى مادته أساساً إلى القدس والأرض المحتلة.

- أن صحف الدراسة لم تعتمد مطلقاً على الإذاعات والصحف سواء كانت الأجنبية أو العربية أو الاسرائيلة وأيضا وكالات الأنباء العربية والاسرائيلية كمصدرلها فى الحصول على الأنباء والمعلومات الخاصة بأزمة بناء مستوطنة جبل أبو غنيم.

- اتسمت جريدتا الأهالى والشعب فى مرات قليلة بعدم تحديد مصادر مادتها الصحفية الخاصة بالأزمة.

- اتسمت الأهرام فى معالجتها للأزمة بتعددية المصادر حيث كانت تعتمد فى الخبر الواحد على أكثر من مصدر مثل محرر الجريدة ووكالات الأنباء فى آن واحد وهذا بالطبع ينعكس إيجابيا على الجريدة ويعطى لها مصداقية أكبر وكما ذكرنا من قبل أن إمكانيات الأهرام المادية والبشرية هى التى أتاحت لها هذه التعددية.

- ارتبطت الصحافة فى مدى تنوع مصادر معلوماتها عن أزمة بناء مستوطنة جبل أبو غنيم بإمكانياتها المادية والبشرية التى أتاحت لها الاشتراك فى وكالات الأنباء العالمية كما فى الأهرام والوفد أو امتلاكها للمراسلين فى بعض العواصم كما فى الأهرام.

ثامناً: مصادر الصحفي:

اعتمد القائم بالاتصال فى الصحافة المصرية على مصادر عديدة فى تناوله لموضوع أزمة مستوطنة جبل أبو غنيم كما يلي :-

(١) الأهالي:

ركز القائم بالإتصال فى صحيفة الأهالي على المسئولين الحكوميين كمصادر اعتمد عليها فى معلوماته عن مستوطنة جبل أبو غنيم حيث بلغت نسبة هذا الاعتماد (٤١ر٧) من بين المصادر الأخرى توزعت كما يلي :

- مسئول حكومى إسرائيلى فى الترتيب الأول بنسبة (١٦ر٧٪) يليه فى الترتيب الثانى المسئول الحكومى المصرى بنسبة (١٢ر٥٪)، ثم الفلسطينى بنسبة (٨ر٣٪) والأمريكى بنسبة (٤ر٢٪) . ولم يعتمد على أى مسئول حكومى عربى أو أوربى.

- يلى المسئولون الحكوميون فى الترتيب الثانى المسئول الحزبيين والواقع كترتيب ثانى بنسبة (١٦ر٧٪) لكل منهما ، وفى اعتماده على المسئولين الحزبيين ركز أولا على المسئول الحزبى المصرى بنسبة (٨ر٣٪) ، ثم الفلسطينى والإسرائيلى بنسبة (٤ر٢٪) لكل منهما ، ولم يعتمد على المصادر الحزبية العربية والأمريكية والأوربية.

ويأتى التاريخ ليحتل الترتيب الثالث من بين مصادر الصحفى الأخرى بنسبة (١٢ر٥٪) ، ثم الوثائق فى الترتيب الرابع بنسبة (٨ر٣٪) وأخيراً المثقفون فى الترتيب الخامس بنسبة (٤ر٢٪).

ولم يعتمد القائم بالإتصال فى جريدة الأهالي على المتخصصين أو المسئولين المتخصصين أو القراء فى استقاء المعلومات عن مستوطنة جبل أبو غنيم.

(٢) الأهرام:

تصدر المسئولون الحكوميون قائمة اهتمام القائم بالأتصال فى صحيفة الأهرام وبنسبة عالية بلغت (٥١ر٣٪) وقد توزعت هذه النسبة كما يلي :-

- مسئول حكومى فلسطينى (١٨٪) ، اسرائيلى (١٣ر٥٪) ، مصرى (٩ر٩٪) عربى (٤ر٥٪) ، وأخيراً أمريكى (٤ر٥٪) ولم تعتمد الأهرام فى استقاء معلوماتها عن الأزمة على مسئول حكومى أوربى.

ثم جاء الواقع فى الترتيب الثانى بنسبة (٧ر٢٠٪) يليه الوثائق فى الترتيب الثالث بنسبة (٩ر٩٪) ثم تأتى التاريخ ليحتل الترتيب الثالث فى مصادر الصحفى بنسبة (٩٪) وتحتل الثقافة الذاتية للصحفى أو الكاتب الترتيب الرابع بنسبة (١ر٨٪) وأخيرا يحتل المسئولون الحزبيون كمصادر للقائم بالإتصال في جريدة الأهرام الترتيب الخامس والأخير وبنسبة ضعيفة جدا بلغت (٩٪) وانحسرت فى نطاق مسئول حزبى فلسطينى فقط.

ولم يعتمد الصحفى على أى من المسئولين الحزبين الآخريين < عربى – اسرئيلى – أمريكى – مصرى – أوربى > كما أنه لم يعتمد أيضا على أى من المصادر الأخرى كالمثقفون والمتخصصون والمسئولون المتخصصون والقراء .

(٣) الشعب:

تصدر الواقع مصادر الصحفى فى جريدة الشعب بنسبة (٣٣,٣٪) يليه فى الترتيب الثانى المسئولين الحكوميين بنسبة (٦ر٢٥٪) توزعت كما يلى :-

– مسئول حكومى إسرائيلى (٨ر١١٪) ، مصرى (٩ر٥٪) ، فلسطينى (٩ر٣٪) ، عربى (٢٪)، أمريكى (٢٪) ولم تعتمد مطلقاً على أى مسئول حكومى أوربى.

– كما احتل المسئولون الحزبيون الترتيب الثالث بنسبة (٧ر١٥٪) توزعت على مسئول حزبى مصرى (٧ر١٣٪) مسئول حزبى فلسطينى (٢٪).

واحتلت الوثائق الترتيب الرابع بنسبة (٨ر٩٪) ثم التاريخ فى الترتيب الخامس بنسبة (٥ر٩٪) واحتلت الثقافة الذاتية للصحفى كمصدر لمعلوماته الترتيب السادس بنسبة (٩ر٣٪) واحتلت ثلاثة مصادر الترتيب السابع متساوية.

– ولم يعتمد صحفيو الشعب مطلقاً على المسئولين المتخصصين كمصادر.

(٤) الوفد:

تصدر المسئولون الحكوميون قائمة مصادر الصحفى فى جريدة الوفد بنسبة (٤ر٥٨٪) توزعت كما يلى :-

– مسئول حكومى إسرائيلى (٩ر٢١٪) ، مسئول حكومى مصرى (٨ر٤٪) ، مسئول حكومى عربى (٨ر٣٪) ، مسئول حكومى أوربى (٩٪).

- كما جاء فى فئة أخرى تذكر مسئول حكومى إيرانى بنسبة (٩ر٪) واحتل الواقع الترتيب الثانى (٤ر٣٢٪) ويتساوى التراريخ والثقافة الذاتية فى الترتيب الثالث بنسبة (٧ر٦٪) لكل منهما ، وتحتل الوثائق الترتيب الرابع بنسبة (٩ر٢٪) ،وأخيرا ياتى المسئول الحزبيون بنسبة (٩ر٠٪) فقط وكانت لصالح المسئول الحزبى الفلسطينى ولم يعتمد الصحفى فى الوفد على المصادر سواء المسئولون الحزبيون أو المثقفون ، والمتخصصون ، والمسئولون المتخصصون والقراء .

مما سبق يتضح ما يلى

- اعتمد القائم بالاتصال الصحفى فى صحف الأهالى ، والوفد على المسئولين الحكومين كمصادر أساسية فى الحصول على المعلومات المرتبطة بأزمة مستوطنة جبل أبو غنيم وقد كان تركيزه فى الثلاث صحف على المسئولين الحكوميين الإسرائيليين والفلسطينيين ويرجع ذلك لكونهما : يمثلان أطراف الصراع فى هذه الأزمة ، كما أن المسئولين الحكومين الإسرائيليين والفلسطينيين هم الذين يملكون أكبر كم من المعلومات المرتبطة بالأزمة هذا إلى جانب البيانات والتصريحات التى يدلون بها بصفة مستمرة أثناء الأزمة.

أما الصحفى فى جريدة الشعب فقد جاء اعتماده الأساسى على الواقع الملموس للجميع والذى يعكس الممارسات الاسرائيلية المستمرة فى القدس ثم المسئولين الحكوميين.

- ونظراً لتراجع الدور الأوربى فى هذه الأزمة نجد أن الصحفى المصرى أدرك ذلك ولم يعتمد على أى تصريحات أو بيانات أو معلومات من أى مسئول حكومى أوربى فلم يوجد سوى مسئول حكومى أوربى واحد فى جريدة الوفد.

- لم يمثل المسئولين الحزبيين مصدراً أساسياً للصحفى فى جريدتى الأهرام والوفد ، ولكنهم مثلوا مصادر هامة بالنسبه للصحفى في جريدتى الأهالى والشعب وخاصة المسئولين الحزبيين المصريين ففى الشعب كان ابراهيم شكرى مصدرا للمعلومات حيث كان دائما يعتقد مؤتمرات شعبية فى أماكن متعددة المساندة الإنتفاضة الفلسينية ،الدعوى إلى الجهاد ضد الصهيونية.

تاسعاً: موقع الإعلامية داخل الجريدة:

يتفاوت موقع المواد الإعلامية التى عالجت الصحف المصرية من خلالها أزمة مستوطنة جبل أبو غنيم لنوع القوالب الصحفية التى اعتمدت عليها هذه الصحف ، وأيضا حسب السياسة التى تلتزم بها كل صحيفة فى توزيع المواد الإعلامية على صفحاتها المختلفة كما يلى :

(١) الأهـالـى:

كان نصيب الصفحات الداخلية فى جريدة الأهالى أكثر من ضعف الصفحات الأولى حيث كان موقع المادة الإعلامية فى الصفحات الداخلية (٩ر٧٦٪) ، و (١ر٣٢٪) فى الصفحات الأولى ، ولم تنشر الجريدة أى مادة من الأزمة فى الصفحة الأخيرة ، حيث كان نصيب نشر المادة الإعلامية المرتبطة بالأزمة فى الصفحات الداخلية أكثر من الصفحة الأولى حيث بلغت (٧ر٥٦٪) فى الصفحات الداخلية ، (٣٠٪) للصفحة الأولى ، وتعتبر الشعب الصحيفة الوحيدة من بين صحف الدراسة التى نشرت مواد مرتبطة بالأزمة على الصفحة الأخيرة حيث بلغت نسبتها (٣ر١٣٪).

(٢) الأهـرام:

وأيضا كان نصيب الصفحات الداخلية فى جريدة الأهرام أكثر من ضعف الصفحات بالنسبة للمواد التى تم نشرها عن الأزمة حيث بلغت (٩ر٦٧٪) فى الصفحات الداخلية و (١ر٣٢٪) فى الصفحات الأولى ، ولم تنشر الجريدة أى مادة للأزمة فى الصفحة الأخيرة.

(٣) الشـعـب:

حيث كان نشر المادة الإعلامية المرتبطة بالأزمة فى الصفحات الداخلية أكثر من الصفحة الأولى حيث بلغت (٧ر٥٦٪) فى الصفحات الداخلية ، (٣٠٪) للصفحة الأولى ، وتعتبر الشعب الصحيفة الوحيدة من بين صحف الدراسة التى نشرت مواد صحيفة مرتبطة بالأزمة على الصفحة الأخيرة حيث بلغت نسبتها (٣ر١٣٪).

(٤) الـوفـد:

تقاربت نسبة نشر المادة الإعلامية المرتبطة بالأزمة فى جريدة الوفد فيما بين الصفحات الداخلية والصفحة الأولى حيث كانت (٥٣٪) بالنسبة للصفحات الداخلية ، (٤٧٪) بالنسبة للصفحة الأولى ، ولم تنشر الجريدة أى مادة على صفحاتها الأخيرة.

مما سبق يتضح ما يلى :

- خصصت الصحافة المصرية الصفحات الداخلية لأغلب معالجاتها لأزمة بناء مستوطنة جبل أبو غنيم ويرجع هذا إلى اعتماد هذه الصحف على مواد الرأى فى تغطيتها للأزمة مثل المقالات بأنواعها والإفتتاحيات والأحاديث الصحفية كقوالب رئيسية.

- لم تغفل الصحف المصرية الصفحات الأولى فى نشر المادة الأخبارية عن الأزمة ، بل أعطتها نسبة معقولة ازدادت بالطبع فى الصحف اليومية حيث كانت (٤٧٪) فى جريدة الوفد ، (١ر٣٢٪) فى جريدة الأهرام.

وقد بلغت فى الشعب (٣٠٪) ، وفى الأهالى (١ر٣٣٪) وهذه النسب تعكس اهتمام صحف الدراسة بالتغطية الإخبارية للأزمة كما تعكس مدى أهمية الأزمة بالنسبة لصحف الدراسة مما جعلها تحرص على نشر هذه النسبة من الأخبار المتعلقة بالأزمة فى الصفحات الأولى.

عاشراً: موقع المادة الإعلامية داخل الصفحة:

يتفاوت موقع المواد الإعلامية التى عالجت الأزمة على الصفحة ويلاحظ أن صحيفة الأهرام تتصدر الصحف المصرية الأخرى فى تخصيص النصف الأعلى لكل معالجاتها للأزمة، وهذا يرجع إلى اهتمام الجريدة بالأزمة سواء على مستوى التغطية الأخبارية أو على مستوى مواد الرأى والسبب الآخر يعود إلى أن جريدة الأهرام غالبا من تخصص النصف الأسفل من صفحاتها الداخلية للإعلانات وتعطى الوفد أيضا نسبة عالية جداً للنشر فى النصف الأعلى بنسبة (٣ر٨٣٪) والشعب بنسبة (٣٠٪) ، ثم الأهالى بنسبة (٢ر٦٩٪) ويعكس هذا كما ذكرنا اهتمام صحف الدراسة الدراسة بالأزمة.

وتتفاوت النسب بالنسبة للنشر فى النصف الأسفل من الصفحة حيث بلغت فى الأهالى (٨ر٣٠٪) والوفد (٦ر١٣٪) والشعب (٣ر١٣٪) ، أما النشر على صفحة كاملة فلم يجد سوى فى جريدتى الشعب بنسبة (٦ر١٦٪) ، والوفد بنسبة (٣٪).

وفى النهاية فالنشر على النصف الأعلى من الصفحات والذى يعكس اهتمام الصحف بالأزمة قد أخذ النسبة الأعلى فى كل الصحف المصرية.

الخـــلاصـــة

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التى تعكس سمات الإدارة الصحفية لأزمة مستوطنة (هارحوما) وهى :-

- توازن الأهالى فى طرحها لأسباب الأزمة وكيفية مواجهتها فى حين كان تركيزها على الآثار المترتبة على الأزمة ضعيف.

- أعلطت الأهرام الأولوية للآثار المترتبة على الأزمة وكيفية مواجهتها ولكن اهتمامها كان أقل بالأسباب التى أدت إلى حدوث الأزمة.

- ركـزت الشــعب أولا على طرح حلول لأزمـة ثم الأسـبـاب التى أدت إلى الأزمـة وقل اهتمامها تدريجيا بالآثار.

- أعطت الوفـد الأولوية للآثارالمتـرتبـة على الأزمة ثم أسبـاب الأزمـة وأخيـراً كيـفـيـة مواجهتها.

اشتركت الصحافة المصرية فى طرح مجموعة أسباب للأزمة كان فى مقدمتها تهويد القدس كسبب رئيسى ثم تدفق الدعم السياسى والعكسرى والمالى من أمريكا إلى اسرائيل ثم تشجيع الإرهاب ضد العرب باستقدام اليهودالأشد تطرفاً فى عدائهم للعرب إلى المستوطنات المجاورةللمدن العربية.

- قدمت الصحافة المصرية أثناء إدارتها للأزمة عدة بدائل تمثل آثار لهذه الأزمة وكان فى مقدمتها نسف عملية السلام وتعرض المنطقة فى الفترة القادمة إلى حالة من الإضطراب والتفجر فى الأوضاع.

كشف التعامل الصحفى مع الأزمة عن :

- تحيز جريدة الشعب للحل الإسلامى المتمثل فى رفع شعار الجهاد لتحرير مدينة القدس.

- تحيز الأهالى للحل فى إطار عربى قومى باتخاذ مواقف عربية موحدة.

- تحيز الوفد والأهرام للحل السلمى المتمثل فى وقف بناء المستوطنات دون ضرورة إلى المواجهة.

تصدرت المواجهة العربية اهتمام الصحافة المصرية ثم المواجهة العربية الإسلامية مما يجعلنا نقول : أن الصحافة المصرية فى طرحها للحلول التى يمكن بها مواجهة الأزمة يغلب عليها الطابع العربى أولا ثم العربى الإسلامى ثانيا ، وكانت أبرز الحلول المطروحة هى :

- المقاطعة العربية الشاملة لإسرائيل.

- إعلان الجهاد لتحرير مدنية القدس.

- وقف بناء المستوطنات.

- اتخاذ الحكومات العربية والدول الإسلامية موقف حاسمة فى مواجهة هذا العدو الصهيونى الجديد والمتكرر ضد الحقوق والمقدسات العربية والرسلامية.

- رفض واضح وصريح وقاطع للعودة إلى طاولة المفاوضات إلا بشروط محددة وضمانات كافية تعكس رغبة صادقة فى بلوغ سلام شامل وحقيقى متوازن ومتكافئ يمكن أن تتوافر له عناصر الديمومة والاستمرار.

- توزعت المادة الصحفية بين ثلاثة أنواع رئيسية من الكتابات ، الأول يعرض رسائل إعلامية تحريضية أو تهييجة أو مستترة فى شكل ثقافة وفكر وسياسية النخبة الإعلامية وعبرت عنه صحيفة الشعب ، والثانى يبشر بالحل السلمى عبرت عنه صحيفتى الأهرام والوفد ، والثالث كان ينذر بأننا كعرب لا نساوى شيئا فى حساب أمريكا واسرائيل ولا أمل للفلسطينيين فى الحياة والأستمرار إلا إذا قبلوا ما يقسم لهم من أدوار أو معاونات وقد عبرت عنه صحيفتى الأهالى والشعب أيضاً.

- كشف التعامل الصحفى مع الأزمة أيضاً عن تأرجح اهتمام الصحافة المصرية بين مستويين من مستويات التحرير الصحفى ، حيث اتفقت صحيفتا الأهالى والشعب فى إعطاء

الأولوية للإعلام الرأى وهو يتخذ شكل التحليلات والتعليقات ويخرج من مستوى النقل ليؤكد رأى واتجاه معين سواء ما يتعلق بجزئية معينة من الحدث أو بالحدث جملة مع عدم وجود فواصل حاسمة بين هذه المستويات واتفقت صحيفة الأهرام والوفد فى أعطائهما الأولوية للأعلام ناقل للتصريحات البيانات المختلفة وفقاً لاتجاهات السلطة السياسية.

- كشف التعامل الصحفى فى الأزمة عن عجز وتقصير فى مجال تنوريع المصادر المباشرة كالمراسلين والزيارات الميدنية والانتقال إلى أماكن وليس فقط شخوص.

- مثلت المصادر المحلية والمتمثلة فى محررى الصحف والكتاب والمصاحفين مصدراً أساسيا لمختلف المواد الإعلامية التى نشرتها صحف الدراسة عن أزمة مستوطنة جبل أبو غنيم.

- مثلت وكالات الأنباء الأجنبية المصدر الأول والرئيسى عند جريدة الوفد ، كما مثلت المصدر الثالث لجريدة الأهرام ويرجع ذلك لارتفاع الإمكانات المادية للجريدتين.

-جاء اعتماد القائم بالاتصال فى الصحافة المصرية على المسئولين الحكوميين كمصادر أسياسية فى الحصول على المعلومات المرتبطة بالأزمة وكان التركيز على المسئولين الحكوميين الاسرائيليين والفلسطينيين ويرجع ذلك لكونهما يمثلان أطراف الصراع فى هذه الأزمة ولكونهم يملكون أكبر كم من المعلومات المرتبطة بالأزمة.

- خصصت الصحافة المصرية الصفحات الداخلية لأغلب معالجاتها للأزمة ويرجع هذا إلى اعتمادها على مواد الرأى فى تغطيتها للأزمة مل المقالات بأنواعها والافتتاحيات والأحاديث الصحفية.

هوامش الدراسة

1- Rymond Tanter & Richard H. Ullman (eds) Theory and policy in international Relations (new jercey : princeton , Univeraity press, 1972) P. 126.

٢ - د. عباس رشدى العمارة : إدارة الأزمات فى عالم مغير (القاهرة : مركز الأهرام للترجمة والنشر ، ١٩٩٣) ص١٨ .

3 - Raymond Tanter & Richard H. vllman (eds) Ibid, P. 127.

٤ - د. عباس رشدى العمارى ، المرجع السابق ، ص ١٨ .

٥ - أمين هويدى إدارة الأزمات فى ظل النظام العالمى المراوغ ، مجلة السياسة الدولية ، أبريل ١٩٩٣ ، ص ٥٣٧ .

٦ - مزيد من التفاصيل حول تصنيف الأزمات ومستوياتها أنظر :

- د. محمد رشاد الحملاوى ، إدارة الأزمات تجارب محلية وعالمية (القاهرة : مكتبة عين شمس ١٩٩٣) ، ص٢٧ - ٣٢.

- د. محمد رشاد الحملاوى، التخطيط لمواجهة الأزمات : عشر كوارث هزت مصر (القاهرة : مكتبة عين شمس ، ١٩٩٥) ص ٤٧

7 - Glenn H. Suyder & Paul Diesing, Conficts among nations : Barganing Decisiong Decision making and system structure in international crisis (New Jersy Princeton rinceton University press, 1977) P.P 3 - 6.

8 - Robert C. North, War, Peace, Survival : Global Politics and conceptual synthesis (San Francisco and Oxford : Westview Press, N. D) P. 162.

9 - John Spanier, Games Nations Play : Analyzing intenational Politics (New York : Hoit Finehot & Winston Inc, 4the ed. 1972) P.197.

١٠ - عزت عبد الواحد، إدارة الأزمة فى السياسة الخارجية المصرية : دراسة حالة لأزمة الخليج الثانية ١٩٩٠ - ١٩٩١ ، رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة : كلية الإقتصاد والعلوم السياسية ، ١٩٩٤ ، ص١٨ .

١١ - عزت عبد الواحد ، المرجع السابق ، ص١٨.

١٢ - د. عباس رشدى العمارى ، مرجع سابق.

١٣ - مصطفى علوى ، القوتان العظميان وإدارة أزمات الشرق الأوسط بين الخبرة الماضية وأزمة الخليج الأخيرة فى مركز البحوث والدرسات السلبية ١٩٩١ ، ص ص ٢٣ - ٢٤ .

١٤ - سعيد عبد الخالق : إدارة الأزمات بين النظرية والتطبيق ، بحث مقدم إلى ندوة إدارة الأزمات أكاديمية ناصر العسكرية العليا ، كلية الدفاع الوطن ، ٢٠ أكتوبر ١٩٨٨ ، ص٢٢ .

١٥ - د. سعد الدين ابراهيم . مائة عام من الصراع العربى الاسرائيلى ، جريدة الوفد فى ١٩٩٧/٤/١ .

١٦ - كمال حبيب ، حمى الإستيطان تفجر فى اسرائيل ، جريدة الشعب في ١٩٩٧/٤/٤ .

١٧ - منطقة أبو غنيم مسيحية أثر لليهود فيها ، جريدة العربى ١٩٩٧/٣/٢٩ .

١٨ - المصدر السابق.

١٩ - دندراوى ، القدس الحل النهائى ٢٦ بوابه حول المدينة ، حلم يهودى تحقيق ، الأهرام فى ١٩٩٧/٣/٢١ .

٢٢ – كمال حبيب ، مصدر سابق .

٢٣ – عادل دندراوى ، مصدر سابق .

٢٤ – خليل التفكجى (خبير شئون الإستيطان جمعية الدراسات العربية بالقدس) ، الاستيطان فى مدينة القدس – أهداف ونتائج بحث مقدم إلى ندوة : القدس التاريخ والمستقبل ، جامعة أسيوط مركز دراسات المستقبل ٢٩ أكتوبر ١٩٩٦. ص١٣.

٢٥ – د. حامد عمار ، وما ادراك ما القدس والمستوطنات ، مقال منشور بجريدة الزهالى ١٩٩١/٣/١٩، ص٥.

٢٦ – طه المجدوب ، الدور الأمريكى فى الشرق الأوسط بين النزيه والحليف ، مقال منشور بجريدة الأهرام ١٩٩٧/٤/٨،ص٦.

٢٧ – سلامة أحمد سلامة ، عموده من قريب ١٩٩٧/٣/١٢٧.

٢٩ – سلامة أحمد سلامة ، فى عمودة (من قريب) الأهرام فى ١٩٩٧/٣/٢٦.

٣٠ – كمال حبيب حمي الاستيطان تتفجر فى اسرائيل مقال منشور بجريدة الشعب فى ١٩٩٧/٤/١.

٣١ – انظر : كمال حبيب ، المصدر السابق.

٣٢ – مصطفى مشهور ، مقال بالشعب فى ١٩٩٧/٣/١١ ص٥.

٣٣ – محمد عودة جريدة الأهالى ١٩٩٧/٤/١٦ ص٥.

٣٤ – محمد فاضل ، مقال بجريدة الأهالى ، ١٩٩٧/٤/٩ ، ٢٧.

٣٥ – ابراهيم نافع " بهدوء " الأهرام فى ١٩٩٧/٣/٢٠.

٣٦ – رأى الأهرام فى ١٩٩٧/٣/٢٠.

٣٧ – طه المجدوب ، رؤية استراتيجية ، الأهرام فى ١٩٩٧/٣/١٦.

٣٨ – أحمد نافع ، لجنة القدس : النتائج والآليات ، مقال بالأهرام فى ١٩٩٧/٤/٤.

٣٩ – سلامة أحمد سلامة ، أوراق فى يد العرب ، عموده فى قريب الأهرام فى ١٩٩٧/٣/٧.

٤٠ – البيان السياسى لحزب العمل ، جريدة الشعب ١٩٩٧/٣/١٨.

٤١ – الشعب فى ١٩٩٧/٤/٤.

٤٢ – الشعب فى ١٩٩٧/٤/١.

٤٣ – مصطفى مشهور ، الشعب فى ١٩٩٧/٣/١١.

٤٤ – مصطفى مشهور ، الشعب فى ١٩٩٧/٣/١١.

٤٥ – د. نعمان جمعة ، نبضات ، جريدة الوفد ١٩٩٧/٣/٢٧.

٤٦ – عباس الطرابيلى ، هموم مصرية ، الوفد ١٩٩٧/٤/١١.

٤٧ – د. فاروق أبو زيد ، فن الكتابة الصحفية ، القاهرة : دار المأمون للطباعة والنشر ، ١٩٨١ ، ص ٢٢٩.

٤٨ – د. صابر حارص ، المقال العمودى فى الصحافة المصرية ، دراسة فنية تحليلية فى الفترة من ١٩٨٥ – ١٩٨٩ ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة أسيوط ، كلية الأداب ، ١٩٩٣.

٤٩ – عبد اللطيف حمزة المدخل إلى فن التحرير ، ط٣ ، القاهرة : دار الفمر العربى ، ١٩٦٥.

٥٠ – د. عزة عبد العزيز عبد اللاه ، مصداقية الصحافة المصرية القومية والحزبية : دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور خلال حقبة التسعينيات ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة جنوب الوادى ، كلية آداب سوهاج قسم الصحافة ، ١٩٩٧ ، ص ٤٧٥.

الإعلانات وصنع القرار فى المؤسسات الإعلامية

د/ اميرة محمد العباسى

استاذ بقسم الصحافة - كلية الإعلام
جامعة القاهرة

مقدمة

أصبح الإعلان اليوم جزءاً لا يتجزأ من هيكل الاقتصاد القومي في غالبية المجتمعات المعاصرة باعتباره أحد الأنشطة الرئيسية في ميدان تسويق السلع والخدمات التي أصبحت متوافرة بكميات ونوعيات متزايدة ومتطورة.

وأصبحنا نلمس كذلك اتجاها متصاعدا للتوسع في الانفاق الإعلاني سواء على المستوى القومي أو على مستوى المنشآت الإنتاجية والخدمية من ناحية ولاستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية لنقل الرسائل الإعلانية إلى جماهير المستهلكين المرتقبين من ناحية أخرى.

وقد أثار دخول الإعلان في حياتنا المعاصرة وتفاعله مع كل مظاهر هذه الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافة كثيراً من الانتقادات حيث لم تلق رسائلة ووسائلة كل الرضا من كل فئات المجتمع ، وسارعت الأنظمة المختلفة لوضع القيود والضوابط المنظمة لهذا التفاعل باعتبار أن المستهلك هو الضحية في نهاية الأمر.

وكانت وسائل نشر الإعلانات Média التي يستخدمها المعلن لتوصيل رسائله إلى جماهيره المستهدفة هي المنفذ لهذه القيود والضوابط ، في الوقت الذي تتزايد فيه حاجاتها إلى تنمية مواردها الذاتية في محاولة لتحقيق التوازن والاستقرار بل والاستقلال المالي من خلال السياسات التي تتبعها في التعامل مع الإعلان كأحد الأنشطة التي تدر دخلا.

وتعد السياسات الإعلانية جزء من النسيج العضوي للسياسات الإعلامية داخل المؤسسة الإعلامية المعاصرة التي أصبح الإعلان فيها كنشاط خدمي ومورد مالي مكونا أساسيا من مكونات المنتج الإعلامي.

وإذا كانت الشريعات الإعلامية ومواثيق الشرف المهني تنظيم تواجد هذا المكون من وجهة النظر القانونية والمجتمعية ، فإن ممارسات الإدارة وأساليبها تنظيم تواجده من وجهة نظر الإدارة الإعلامية. وتعتبر مسألة تقنين حركة الإعلانات داخل المنتج الإعلامي من أكثر الميادين التي تتطلب اتخاذ قرارات من الصعب أن لا يكون الإعلان نفسه أحد العوامل المؤثرة فيها والمتأثرة بها : فدخل الإعلان ضرورة لتغطية جزء من المصروفات المتزايدة للمنتج الإعلامي، الأمر الذي يؤثر على القرارات الخاصة بحجم التواجد الإعلاني.. ومن ثم الإيرادات الإعلانية ، أما القرار الخاص بمضمون هذه الإعلانات فذلك يجب أن لا يخضع لذات المؤثرت أو القيود المالية.. ولما كانت

الممارسات الإدارية والقرارات التى تعبر عنها كثيراً ماتقدم لنا أمثلة تتغاضى فيها عن هذه القاعدة ، فقد نشأت فكرة هذه الدراسة حول علاقة الإعلان بعملية صناعة القرار Descion Making فى المؤسسة الإعلامية ، بهدف تصوير هذه العلاقة وتحليلها والتعرف على طبيعتها والمتغيرات الحاكمة لها ، والمجالات التى تمارس فيها دورا - سلبياً أو إيجابياً - وتنعكس على أداء هذه المؤسسة ودورها فى المجتمع الذى تعمل فيه ، والاحتكام الى واقع هذه العلاقة فى المؤسسة الإعلامية المصرية كلما دعت الضرورة العلمية ذلك.

وقد برزت مشكلة البحث من خلال الاطلاع على مجموعة من الدراسات والبحوث العلمية التى اهتمت بهذا المجال ، بالاضافة الى التحليل النقدى لما ارتبط منها بموضوعنا الى جانب الملاحظة الشخصية لما يجرى داخل المؤسسات الإعلامية المصرية بخصوص الإعلان والتى خرجنا منها بملاحظتين أساسيتين هما :

- ضآلة الاهتمام بدراسة " آليه " العلاقة بين الإعلان وصناعة القرار فى المؤسسة الإعلامية المعاصرة .
- صعوبة التوصل إلى الإدراك المحدد والدقيق للمتغيرات الحاكمة والفاعلة التى تحكم عمل هذه العلاقة وتنظيم وجودها داخل هذه المؤسسة فى المجتمعات المختلفة.

وانطلاقاً مما سبق تبرز مجموعة من التساؤلات تسعى هذه الدراسة للإجابة عليها نوجزها فيما يلى :

- هل تنسحب خصوصية وتميز المؤسسة الإعلامية على وظيفة اتخاذ القرار فيها ؟ وكيف تكون آثارها ؟
- الى أى مدى يكون الإعلان مؤثراً فى صناعة القرار الإعلامى ؟ وما العوامل التى تحكم نوعية هذا التأثير ؟
- متى يكون الإعلان عاملا مؤثراً - بالسلب - مخرجات عملية صناعة هذا القرار ؟
- ما المجالات التى يمكن للإعلان أن يلعب فيها دوراً مؤثرا بالايجاب على هذه المخرجات؟

ومدخلنا للإجابة عن هذه التساؤلات هو المدخل الوصفى التحليلى الذى تتحدد فى إطاره خطة العرض والتحليل حيث تسعى فى البداية إلى تسليط الضوء على وظيفة صنع القرار باعتبارها جوهر الوظائف الإدارية ، خصوصية تلك الوظيفة بالنسبة للإدارة الإعلامية انطلاقا من خصوصية المؤسسة الإعلامية التى تمارس فيها ، ثم نعرض إلى الحديث عن الإعلان كمجال من مجالات

صناعة القرار باعتباره مصدراً مالياً مهما للمؤسسة الإعلامية ، وكيف يكون عاملاً مؤثراً من وجهة النظر هذه - بالسلب فى معظم الأحيان - على القرارات التى تتخذها الإدارة من ناحية ، والإعلان كمؤثر إيجابى فى صناعة القرار فى المؤسسة الإعلامية والمجالات التى تبرز فيها هذه العلاقة الايجابية من ناحية أخرى ، ثم نخلص الى مجموعة من الاستنتاجات التى تفيد فى توضيح هذه العلاقة وتجعلها تسير فى الاتجاه الصحيح.

أولاً : صنع القرار فى المؤسسات الإعلانية

١-١ صنع القرار احد مكونات العملية الإدارية

إذا عدنا للبدايات المبكرة للتراث العلمى فى مجال الإدارة فى مطلع هذا القرن وحتى اليوم تطالعنا إسهامات عديدة بدأها هنرى فاويل Fayol عام ١٩١٠ عالجت موضوع الإدارة كوظيفة أو عملية واهتمت بتحديد طبيعة العمل الإدارى ومضمونة ، والظروف والمتطلبات والسلوكيات والتكنولوجيا الضرورية لأداء فعال للعملية الإدارية (١).

وإذا كنا لن ندخل فى النقاش الخاص بمجموعة العناصر التى تمثل الوظيفة الإدارية التى عرضها هذا التراث العلمى كالتخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة وغيرها ، فإن اتخاذ القرار De-cision making يظل يمثل نشاطاً إدراياً مرتبطاً بوضع الخطط وتحديد الأهداف ورسم السياسات للمنشأة أو الهيئة واتخاذ القرار بصفة عامة هو جوهر العملية الإدارية باعتبار الإدارة هى تفكير الإدارة هى تفكير ابتكارى متعلق باتخاذ القرار الأنسب لمواجهة موقف معين فى ضوء استعراض عدد من البدائل المتاحة يتم المفاضلة بينها (٢).

وقد نظر البعض الى عملية صناعة القرار باعتبارها مرادفا لحل المشكلات ، أو أن الجزء الأكبر منها هو حل المشكلات(٣) ، ويفرق بيتر دريكر P.DRUKER فى وصفه لعناصر عملية اتخاذ القرارات بين نوعين من المشكلات ذات الطبيعة الخاصة حيث تمثل حالات غير عادية Ex-ceptional Casee والمشكلات العامة Generic المتعارف عليها (٤).

ومن هنا تمتد فكرة اتخاذ القرارات الإدارية إلى أبعد من مجرد الاختيار بين البدائل لتصل إلى تلك الجوانب التى تساهم فى صنع هذه القرارات مثل جمع المعلومات وتحليلها وتغيير مسارها أو تصحيحها بناء على ارتداد المعلومات ، بالإضافة الى باقى الأنشطة والعمليات الإدارية التى يستحيل مزاولتها دون اتخاذ القرارات . ومن ثم يرى البعض تقسيم عناصر عملية اتخاذ القرارات

فى الخطوات التالية:

١- مدخلات المعلومات Information Input
٢- التحليل Analysis
٣- مقاييس الأداء Performance
٤- النموذج Model
٥- الاستراتيجيات Strategies
٦- توقعات المخرجات Prediction of Outcomes
٧- معاير أو نمط الاختيار (٥) Choic Criteria Resolution

التى تشكل ما نسميه "مصفوفة المدخلات والمخرجات Inputs Outputs Matrix" تلك المصفوفة التى تفترض دائما أنه يمكن الوصول الى هدف ما بعديد من الوسائل البديلة ، وأنه بالتحليل يتسنى الكشف عن شتى البرامج التى توصل إلى الأهداف بكفاية ، فالغايات والوسائط تترابط تمام الارتباط (٦).

وقد أخذ البحث العلمى صوراً متعددة فى مجال معالجة عملية صناعة القرار حيث ركز البعض على مراحل هذه العملية ، وأهتم الأخرون بالعوامل التى تتدخل فيها والأساسيات التى تستند إليها وتؤثر على فاعليتها ، وأهتم الفريق الثالث بمعالجة أنواع القرارات بالنسبة للأنشطة الإدارية المختلفة وهكذا (٧).

٢-١ خصوصية صنع القرار فى المؤسسات الإعلامية

بلغت المؤسسات الإعلامية اليوم مرحلة واسعة من التطور جعلتها فى مرتبة المؤسسات الصناعية المتقدمة ، الأمر الذى يتطلب اتباع أساليب فى الإدارة تستطيع التكيف بنوع خاص مع الهياكل المتزايدة التعقيد الخاصة بهذه المؤسسات بل ومتلائمة كذلك مع رسالتها الثقافية المتميزة . وأصبحت المشكلات التى يثيرها أداء مهامها الصعبة حادة بشكل ملحوظ ، الأمر الذى تطلب أيضا استحداث تغييرات أساسية فى هياكلها وفى طرق عملها .

ولسنوات طويلة كان ينظر الى مسائل الإدارة فى هذه الهيئات والمؤسسات على أنها مسائل ذات أهمية ثانوية حيث كان الاهتمام منصبا على المشكلات الفنية والتحريرية والقانونية، غير أن هذا الوضع قد تغير بصورة تدريجية وأخذ الاهتمام بالمشكلات الإدارية يتزايد مع مرور الزمن ،

ويركز على سلسلة المشكلات الكبرى التى تواجه غالبية الذين يتحملون مسئولية هذه الخدمات الإعلامية فى عصرنا [٨]

ومن الطبيعى أننا عندما نتحدث عن صنع القرار فى المؤسسات الإعلامية أن يتطرق بنا الحديث إلى خصوصية تلك المؤسسات وتميزها عن غيرها من المشروعات الصناعية أو التجارية، وأنعكاس تلك الخصوصية على الاستراتيجيات الإدارية والقرارات التى تتخذ لتنفيذها داخل هذه المؤسسات فاذا أردن تحديد الصفات المميزة للنشاط الإعلامى فى اطار النسيج الاقتصادى فلابد أن يفكر المرء أولا فى تلك الرابطة المباشرة بين المنتج والمستهلك فى أغلب المنتجات أو الخدمات ، وتميز هذه الرابطة فى مجال الإنتاج الإعلامى حيث تضطلع المؤسسة الإعلامية بوظائف الإنتاج والنقل والتوزيع معا فى الوقت الذى تكتفى فيه المؤسسات الأخرى بوظيفة أو اثنتين منها كحد أقصى .. كذلك هناك ما يمكن أن نطلق عليه " الاستحالة العملية " للحصول على المعلومات الدقيقة عن كمية وطبيعة وموقع الاستهلاك الخاص بالإنتاج الإعلامى ، من أستهلاك ماذا ، وأين ، وفى أى ساعة ، وتلك معضلة من وجهة اقتصاد السوق تشكل "شذوذا اقتصاديا "حيث يصعب إخضاع المنتجات الإعلامية لأى جهد يستهدف التصنيف الرشيد بما يمثل مشكلة إدارية خطيرة [٩] .

بتعبير آخر يمكننا القول إن إدارة المؤسسة الإعلامية مطالبة بأن تلبى شروط الإنتاج الكبير Mass productionدون أن تتمتع بمزايا هذا الإنتاج وعلى رأسها مفهوم " العائد " الذى يجب أن يختلف اختلافا واسعا عن مفهوم فى غيرها من المؤسسات التجارية أو الصناعية ، فالخدمة العامة ذات الطابع الثقافى التى يفترض أن تقدمها الموسسة الأولى لا يمكن أن تدار وفقا لقوانين الربح المالى . صحيح القول بأن كلمة " الربح " لم تعد من الكلمات التى يخجل المرء أن يرددها فى أروقة المؤسسة الإعلامية ، حيث اكتسبت شرعية التواجد داخل هذه المؤة مهما كان وضعها القانونى ، ولكن الأكثر صحة أن الإدارة هنا لا تصبح مطالبة بإعطاء أولوية قصوى للسعى وراء الربح المالى ، فالمقصود ببساطة أن مفهوم الربح يفقد التعرف السائد له فى المؤسسات الرأسمالية ، ويتخذ بعدا اجتماعيا أوسع وأكثر شمولا ، وتصبح معركة الإدارة ضد تبديد المال والموارد والعامل لأن ذلك فى الحقيقة يعنى خلقا لثروة جديدة .. إن الأرباح بالمعنى السابق تكتسب وظيفة اجتماعية تضمن دوام الخدمة العامة ثم تسهيل الممارسة الكاملة لهذه الوظيفة .

ونظر لأن الحديث عن الربح الذى قال عنه بيتر . ف . دريكر P.DRUKER فى مؤلفه عصر عدم الاستمرارية The Age of Discontinuity أنه دليل على استخدام أكثر الطرق

اقتصادا فى الإفادة من الموارد ، أى الطريقة المثلى من حيث التكليف ومن حيث النتائج على حد سواء - يميل إلى إثارة ردود فعل عاطفية وربما عدائية داخل هذه المؤسسات ، يصبح من الأفضل أن تتحدث عن تدفق الطاقة كبديل لكلمة الربح ، فلكى نحتفظ بحيوية أية هيئة أو منشأة إعلامية لابد من أن تكون الطاقة الداخلة متوازنة مع الطاقة الخارجة تماما ، ونمو هذه الهيئة أو النشأة يرتبط بالفرق بين الطاقة التى تمثل المدخل والطاقة التى تشكل الناتج . والمطلوب من الإدارة هو الاعتدال بين المصلحة العامة والتشغيل الاقتصادى للمؤسسة أخذا فى الاعتبار الفوارق البيئية والهيكلية والشرائية بين هذه المؤسسات بعضها البعض (١٠).

هذا من ناحية ، أما من الناحية الأخرى فإن السمات التى تميز هؤلاء الذين يتصدون لقيادة الوسائل الإعلامية يمثل خصوصية جديدة . فمن المهم أن نفهم من هم وما سماتهم وخصائصهم الإبداعية أو البيروقراطية ، وكيف يحددون أهدافهم الشخصية وكذلك أهداف المؤسسة التى يتولون إدارتها ، ما معتقداتهم السياسية ، ومصالحهم الاجتماعية وأنماط مشاركتهم وعاداتهم الشخصية المرتبطة بوسائل الإعلام ؟ كذلك ربط قادة الوسائل الإعلامية بعلاقات شخصية وطيدة بالقيادات السياسية والثقافية وغيرها فى المجتمع ، ويعتبرون أنفسهم جزءاً من هذه الدوائر ، فمن المهم إذن أن نتعرف على الجماعات المرجعية كلما انتقل المدير من موقع لآخر داخل الدوائر النمطية للمهنة . ما معايير الجودة التى يقررها المدير وكيف يرى أو يبرر اختلاف هذه المعايير فى أداء الوسائل المختلفة ؟ كيف يختلف صانعوا القرار فى إدراكهم للذوق العام وفى فلسفتهم حول كيفية التوفيق بينه وبين أذواقهم الخاصة ؟ وإلى أى حد يخططون بوعى لفرض أذواق بعينها أو للتأثير على الآداء ، ومتى يحدث ذلك كمبداء ومتى يحدث لتحقيق ربح أو فائدة ؟ . ما الحدود القصوى لعدم الاتفاق الذى يمكن أن يقبله هذا المدير أو ذاك داخل مؤسسته لإعلامية ؟ .

ويبدو أنه لا توجد أبحاث سوسيوميترية كافية فى مثل هذه العلاقات مما يساعد فى فهم وتحليل القرارات التى يتخذها المدير فى المؤسسة الإعلامية والخلفيات التى يستند عليها . كذلك فدراسة كلا العلاقات الرسمية وغير الرسمية بين قيادات المؤسسات الإعلامية ومديريها والمسئولين الحكوميين أمر يستوجب الفحص والتدقيق خصوصا فى المؤسسات الإعلامية التى تملكها الدولة أو تشارك فى ملكيتها بالإضافة إلى الاهتمام المماثل الذى يجب أن يعطى للبناء السياسى وللبناء الوظيفى للمنظمات المهنية والتى من الممكن أن تترجم تأثيراتها فى مميزات اقتصادية أو العكس (١١).

من هذه المنطلقات التى تشكل جوانب متفردة فى المفاهيم والأهداف والممارسات الإدراية داخل المؤسسة الإعلامية ، تصبح عملية صناعة القرارات هى الأخرى عملية لها خصوصية ومتميز.

ثانيا: الإعلان .. مجال من مجالات صنع القرار فى المؤسسات الإعلامية

٢-١ التغيرات التى حدثت على الساحة المجتمعية المصرية وأثرها على النشاط الإعلانى

طرأت على الحياة الاقتصادية والاجتماعية المصرية خلال ربع القرن الأخير العديد من التغيرات التى اقترنت بتطبيق سياسة الانفتاح الاقتصادى وذلك بصدور القانون رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٣ والخاص بالسماح للاستثمارات لرأس المال العربى والأجنبى فى مصر . وقدر حجم الاستثمار عقب اتباع هذه السياسة وحتى نهاية عام ١٩٨١ بما يزيد على ٤٠٤٣ مليون جنيه وقدر عدد المشروعات فى مختلف مجالات النشاط الاقتصادى فى نفس الفترة ١٢٢٦ ، مشروعا(١٢) ، بالإضافة إلى ظهور عدد كبير من الشركات الجديدة المصرية والعربية المشتركة فى مختلف المجالات.

وقد انعكس ذلك كله على أوجه النشاط الإعلانى فى مصر حيث زاد الإقبال على النشر الإعلانى فى الوسائل الإعلانية المختلفة وظهرت قطاعات معلنة جديدة ، وإعلانات عن سلع وخدمات جديدة ، وزاد الإنفاق الإعلانى ، وتضاعف عدد الوكالات الإعلانية التى تعمل على الساحة .

وبنظرة فاحصة لهذه التغيرات نجد أن أغلبها قد انعكس على المؤسسات الإعلامية القائمة باعتبارها مؤسسات " التوصيل " الإعلانى أيضا وعلى صانعى القرار فيها .

فمنذ أن صدر الترخيص لإذاعة ": الجمهورية العربية المتحدة " بإذاعة الإعلانات التجارية بالراديو من القاهرة نظير أجر محدد (١٣) ، وكذلك بإذاعة الإعلانات التجارية فى التليفزيون نظير أجر محدد أيضا (١٤) ، عرف هذا النوع من الإعلان طريقه إلى الميكرفون والشاشة الصغيرة مراكبا للتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التى حدثت فى مصر سواء من حيث الوقت المسموح إعلانيا فى خريطه البث أو الإرسال ، أو ما يمثله ذلك الوقت من إيرادات مالية للمؤسسة الإذاعية المصرية .

ويوضح الجدول التالى رقم (١) حركة الإعلانات التجارية التى حققها القطاع الاقتصادى فى اتحاد الإذاعة والتليفزيون المصرى وقتا وإيرادا فى الفترة من ١٩٨٥ حتى ١٩٩٠ .. (١٥)

جدول رقم (٢)

المتغير / السنة	مجموع إيرادات القطاع بالجنيه المصرى	نصيب الإعلانات التجارية بالجنيه	نسبةإيرادات الإعلان مجموع الإيرادات	الوقت المستغل إعلانيا ونسبته لاجمالى ساعات البث					
				T.V		R.		مجموع ٪	
				ق	س	ق	س	ق	س
١٩٨٦/٨٥	٦٢,٦٨٠,١١٩	٢٣,٠٢٥,٨٥٧	٪٣٦,٧٤٪ ٩٥ر٧٪-٤,٣	٣٣	٢١٨ ٪٢,٤٩	٥٤	١٠٦ ٪٠,١٢	٢٧	٣٢٥ ٪٠,٣٤
١٩٨٧/٨٦	٩٣,٧٦١,٥٣	٣٠,٨٣٢,٦١٩	٪٣٢,٨٨ ٩٥ر٥٪-٤,٥٪	٤١	٢٧٤	٣٣	١٥٢	١٤	٤٢٧
١٩٨٩/٨٨	١١٩,٠٩٣٨٦٥	حوالى ٣٤,٠٠٠٠٠	٪٢٨,٥٥	٢٧	٢٥٩	٢١	١١٧	٤٨	٣٧٦
١٩٩٠/٨٩	١٤٧,٩٣٨,٦٤١	٤٣,٦٠٢,٤٣٨	٪٢٩,٤٧ ٧٩ر٥٩٪-٢,٤١٪	٥٢	٢٦٨ ٪٣,٦١	٢٢	١٢٩ ٪١٠,٢٤	١٤	٣٩٨ ٪٥,٦٩
١٩٩١/٩٠	١٧٨,٧٥١,٧٨٦	٥١,٤٦٨,٠٩٧	٪٢٨,٧٩ ٪٩٨-٪٢	٤ر٠	٣٠٧ ٪١,٩٨	٣ر٠	١٣٣	٧	٤٤٠ ٪١٠,٥٢

ويلاحظ على بيانات الجدول السابق الزيادات المستمرة فى مساحة الوقت المستغل إعلانيا ونسبته لإجمالى ساعات الإرسال المنفذة وبالتالى القفزات المستمرة التى تحققها إيرادات الإعلانات التجارية من إجمالى إيرادات القطاع الاقتصادى باتحاد الإذاعة والتليفزيون على مدار السنوات الخمس السابقة بما يعكس ملامح محددة للقرارات الخاصة بالسياسة الإعلانية لمتخذى القرار فى هذه المؤسسة الإعلامية كما سنوضح فيما بعد .

أما بالنسبة لحركة النشاط الإعلانى فى الصحف المصرية منذ السبعينات تشير إحدى الدراسات [١٦] إلى أن المساحات الإعلانية فى الجرائد موضوع هذه الدراسة (الأهرام والأخبار) قد أخذت فى التزايد تدريجيا من عام ١٩٧٥ ، حتى وصلت إلى أعلى معدل لها عام ١٩٧٨ ، كذلك الحال بالنسبة للمجلات موضوع الدراسة السابقة أيضا (حواء – آخر ساعة – أكتوبر) حيث وضح التزايد التدريجى للمساحات الإعلانية فى هذه المجلات بدءاً من عام ١٩٧٥ ، ووصلت لأعلى معدل لها عام ١٩٧٩ .

ويمكننا ترجمة هذه النتائج فى الجدول التالى رقم (٢) الذى يوضح تطور المساحات الإعلانية فى جرائد ومجلات الدراسة الإشارة إليها خلال عامى ١٩٧٥ ، ١٩٧٩[١٧].

جدول رقم (٢)

المتغير	نسبة المساحات الإعلانية فى الجرائد			نسبة المساحات الإعلانية فى المجلات			
السنة	الأهرام	الأخبار	النسبة الكلية للمساحات للجريدتين	حواء	آخر ساعة	اكتوبر	النسبة الكلية للمساحة للمجلات
١٩٧٥	٪٥٠	٪٣٧,٢	٪٤٤,٣	٪١٦,٢	٪٨,٨	–	٪١٢,٥
١٩٧٩	٪٤٣,٥	٪٣,٠٦	٪٣٧,٥	٪١٥	٪١٧,٥	٪١٩,٢	٪١٨

وتشير دراسة أخرى[١٨] حول تطور متوسط المساحات الإعلانية فى الصحف الصباحية الثلاث (الأهرام والأخبار والجمهورية) فى الفترة من ١٩٧٠ حتى ١٩٧٤ مقارنة بالسنوات الأربع الأولى من الثمانينيات من ١٩٨٠ حتى ١٩٨٣ إلى تزايد هذه النسبة من ٣٦,٩ ٪ فى الفترة الأولى إلى ٣٨,٩ ٪ فى الفترة الثانية إلى إجمالى المساحة الكلية لنفس الصحف الثلاث السابقة . وبالطبع تختلف هذه النسب من جريدة إلى كما يوضح ذلك الجدول التالى رقم (٣).

جدول رقم (٣)

المتغير	نسبة المساحات الإعلانية إلى إجمالى مساحة الجريدة			متوسط نسبة الإعلانات إلى مجموع المساحة الكلية للصحف الثلاث
السنة	الأهرام	الأخبار	الجمهورية	
٧٠ – ١٩٧٤	٥٨ ٪	٣٠,٦ ٪	٢٠,٦ ٪	٣٦,٩ ٪
٨٠ – ١٩٨٣	٤٩,٧	٣٦,٢ ٪	٢٦,٤ ٪	٣٨,٩ ٪

وقد قامت الباحثة بإجراء دراسة محددة لحساب نسبة المساحات الإعلانية فى الجرائد اليومية الصباحية الأربعة « الأهرام والأخبار والجمهورية والوفد » على مدى أسبوع أختير بشكل عشوائى يبدأ من ٩٣/٦/٢٧ وينتهى فى ١٩٩٣/٧/٣ وذلك بتجميع هذه الأعداد على مدى الأسبوع المحدد للدراسات ووصل حجم العينة ٢٨ عددا .

وتم حساب هذه المساحات بالسنتيمتر / عمود ، وذلك بهدف الوصول إلى نسبة المساحات الإعلانية إلى المساحة الكلية لكل جريدة مقارنة بالمساحة التحريرية فيها ، وكذلك نسبة إجمالى المساحات الإعلانية فى الأعداد السبعة لكل جريدة إلى المساحة الكلية لهذه الأعداد مجتمعة ، لبيان أثر الصعود والهبوط فى عدد صفحات كل إصدار على هذه المساحات .

والجدول التالى رقم (٤) يوضح نتائج هذه الدراسة :

جدول رقم (٤)

الصحيفة	الأهـــرام			الأخبـــار			الجمهوريــة			الوفـــد		
التاريخ	مجموع الصفحات	المساحة		مجموع الصفحات	المساحة		مجموع الصفحات	المساحة		مجموع الصفحات	المساحة	
		الإعلانية ٪	التحريرية٪		الإعلانية ٪	التحريرية٪		الإعلانية ٪	التحريرية٪		الإعلانية ٪	التحريرية٪
٦/٢٧	٢٢	٥٧,٢٤	٤٢,٧٦	١٤	٣٠,٥٨	٦٩,٤٣	١٤	١٧,١٧	٨٢,٨٣	١٢	١٦,٥٠	٨٣,٥٠
٦/٢٨	٢٦	٦٧,٠١	٣٢,٩٩	١٤	٤١,٣٦	٥٨,٦٤	١٤	٣٧,٠٧	٦٢,٩٣٧	١٢	٢٠,٢٣	٧٩,٧٧
٦/٢٩	٢٠	٥٧,٥٩	٤٢,٤١	١٦	٥٢,٦٤	٤٧,٣٦	١٤	٢٦,٢١	٧٣,٦٩	١٢	١٧,٩٨	٨٢,٠٢
٦/٣٠	٣٠	٦٥,٨٢	٣٤,١٨	١٤	٤١,٠٧	٥٨,٩٣	١٤	٤٢,٠١	٥٧,٩٩	١٢	١٩,٧٥	٨٠,٢٥
٧/١	٢٦	٦٦,٨٥	٣٣,١٥	١٦	٤٦,٧٥	٥٣,٢٥	١٦	٢٤,٠٥	٧٥,٩٥	١٤	٢٩,٦٣	٧٠,٣٧
٧/٢	٣٢	٥٦,٩٤	٤٣,٠٦	١٤	٣١,٦١	٦٨,٣٩	١٤	٣٠,٤٦	٦٩,٥٤	١٢	١٨,٥٨	٨١,٤٢
٧/٣	٢٦	٦٠,٦٦	٣٩,٤٤	١٦	٤٣,٦٠	٥٦,٦٠	١٤	٣٤,٩٢	٦٥,٠٨	١٢	٢٠,٩٩	٧٩,٠١
نسبة إجمالى المساحات الإعلانية	٦١,٧٣			٪٤١,٠٥			٪٣٠,٢٧			٪٢٠,٥٢		

ومن الجدول السابق يتضح ما يلى :

– لم نستطع أن نتوصل إلى علاقة ثابتة وواضحة بين عدد صفحات كل إصدار ومساحة الإعلانات فيه بافتراض أنه مع كل زيادة فى المساحة الإعلانية ينبغى أن يقابلها زيادة فى المساحة التحريرية تحقيقا لما يسمى " القاعدة الذهبية " بين الإعلان والتحرير .

– أفردت صحيفة الأهرام مساحات كبيرة للإعلان بالمقارنة بصحف الدراسة الثلاث الأخرى حيث بلغ متوسط نسبة إجمالى المساحات الإعلانية فى الأهرام فى الأعداد السبعة إلى المساحة الكلية لهذه الأعداد مجتمعة ٦١,٧٣ ٪ فى مقابل ٤١,٠٥ ٪ للأخبار ، ٣٠,٢٧ ٪ للجمهورية ، ٢٠,٥٢ ٪ للوفد .

– يبدو أن قاعدة " العرض والطلب " فى السوق الإعلانية على وسائل النشر الصحفية المختلفة هى الركيزة الأساسية التى ينطلق منها صانعو القرار الإعلانى فى صحف الدراسة ، والدليل على ذلك أن بعض هذه الصحف لم يصل إلى النسبة التى أقرها قانون سلطة الصحافة ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ بخصوص المساحة التحريرية والاعلانية للمطبوع اليومى فى حين تعداها البعض الآخر بشكل يخل بحق القارئ فى مساحة تحريرية مناسبة لإجمالى عدد صفحات هذا المطبوع سعيا وراء دخل إعلانى أكبر فى المقام الأول .

وإذا كان القطاع الخاص قد مثل أكثر القطاعات المعلنة فى هذه المساحات منذ منتصف السبعينيات " فإن ذلك يشير إلى دخول نمط جديد من أشكال جماعات المصالح التى ارتبط ظهورها بتطبيق سياسة الانفتاح الاقتصادى والتى تنطبق من فلسفة حرية قوى السوق وتستند إلى استقلالها المالى والإدارى عن السلطة السياسية وإلى طبيعة أعضائها بما لهم من ثروة ونفوذ خاصة وأن البعض منهم قد مارس العمل السياسى من قبل بما يعنيه ذلك من علاقات بصانعى القرار .

والجديد بالملاحظة أن التغيرات الكبرى التى شهدها المجتمع المصرى فى أوائل السبعينيات لا تزال هى التى تشكل قسماته الأساسية اليوم حيث لم تتغير مقومات النظام نفسه ، الأمر الذى يعكس استمرارية الظروف الاقتصادية والاجتماعية التى أفرزتها حقبة السبعينيات . فالذى حدث هو التغيير فى أسلوب الممارسة وليس على المستوى الهيكلى " (٨).

٢-٢ الإعلان مجال من مجالات صنع القرار باعتباره مصدر مهما لتمويل الخدمة الإعلامية

يشير سنزنيك P.SELZNICk فى مقاله " أساسيات نظرية التنظيم " Foundationsof the Theory of Organizatio إلى أنه يجب النظر إلى الهيئة أو المؤسسة الإعلامية من وجهتى نظر تعتبران متميزتين من حيث التحليل لكنهما متحدتان من حيث التجربة العملية وفى إطار الآثار المتبادلة : فمن ناحية هى نظام اقتصادى بحكم شكلها التنظيمى المحدد ، ومن ناحية أخرى هى هيكل اجتماعى قابل للتكيف مع البيئة المحيطة [٢٠] الأمر الذى يفرض على إدارتها أساليب متميزة فى تحديد مواردها ، وأسس تمويل خدماتها وحدود الاستفادة من الفرص التى تتيحها البيئة وتجعلها تسير فى اتجاه تحقيق الأهداف المحددة لها .

وبنظرة متعمقة لنظم تمويل الخدمات الإعلامية في الدول النامية نجد أن أغلبها بين أكثر من مصدر أو ما يسمى بنظام التمويل المختلط وبالتحديد على الجمع بين التمويل الحكومى والدعم الإعلانى[٢١]. فمثلا يأتى التمويل الإعلامى للخدمات الإذاعية فى الدول الأفريقية فى المرتبة الثالثة بعد الدعم الحكومى ورسوم الرخص ويعد بديلا عنها فى بعض الدول الأخرى التى لا تأخذ بهذا النظام كالكاميرون وتشاد وغينيا . أما فى الدول الآسيوية فيأتى التمويل الإعلانى لهذا الخدمات فى المرتبة الثانية بعد الدعم الحكومى فيما عدا استثناءات قليلة ، تشهد دول أمريكا الجنوبية اختلافا عن الدول النامية الأخرى من حيث أهمية التمويل الإعلانى الذى يحتل المركز الأولى فى كافة الخدمات الإذاعية فى أمريكا الجنوبية ومنطقة الكاريبى وأمريكا الوسطى.

وتعد الولايات المتحدة الأمريكية من أول الدول التى اعتمدت على التمويل الإعلانى فى خدماتها الإذاعية الأمريكية تمويلا تجاريا بشكل كامل من خلال الإعلانات التجارية التى تمثل ١/٣ وقت الإرسال فى المحطات الأمريكية . ونظر الزيادة تكاليف إنتاج المواد الإذاعية بدأت أغلب الأنظمة الإذاعية الأوروبية – باستثناء بعض الدول[٢٢] – فى قبول الإعلانات التجارية فى الراديو والتلفزيون مع إخضاعها لضوابط منظمة لها[٢٣]. وفى اليابان بلغ نصيب الإذاعة والتلفزيون اليابانى من إجمال الإعلانات فى وسائل الإعلام المختلفة عام ١٩٨٤ ٥, ٤٠ ٪ (١, ٥ ٪ – ٣٥, ٤ ٪ على التوالى) [٢٤].

وفى الدول العربية يغلب النظام الحكومى على نظم تمويل خدماتها الإذاعية من خلال

الميزانية العامة للدولة ، فى حين تعتمد بعض الدول العربية الأخرى على الموارد الإعلانية بجانب هذا التمويل الحكومى[٢٥] كما هو الحال فى جمهورية مصر العربية .

أما بالنسبة للصحافة ، فمازالت مشكلات تمويلها وانعكاساتها فى مختلف أنماط التمويل فى المجتمعات المختلفة وارتباطها ارتباطا وثيقا بالنظام السياسى والاقتصادية فى هذه المجتمعات الأثر الواضح فى تحجيم أو تعظيم الموارد الإعلانية التى تدخل إلى ميزانيات هذه الصحافة بأنواعها المختلفة .

وترتبط الإيرادات الإعلانية فى الصحافة بحجم الإنفاق الإعلانى على المستوى القومى ونصيبها من هذا الإنفاق . واذا وجدنا أن أضخم ميزانيات الإعلان هى فى الولايات المتحدة الأمريكية تليها المملكة المتحدة فألمانيا ثم تأتى فرنسا فى المرتبة الرابعة .، فإن الإعلان فى دول أوروبا الشرقية – خاصة بعد التطورات السياسة التى شهدتها مؤاخرا – قدعاد إلى الظهور . ففى بولندا يوجد اليوم وكالات للإعلان تقوم بتزويد الصحافة البولندية كلها بالإعلانات[٢٦] ، وها هى الصين يعد أن بدأت التحول إلى نظام السوق ، قدرت إجمالى المبالغ التى ستصرف على الإعلان والدعاية خلال عام ١٩٩٣ ، بـ ١,٢٣ مليار دولار ، وترتفع ميزانية الإعلانات فى الدول خاصة بعد أن بدأت الصحف فى بيع صفحاتها الأولى بالكامل للإعلانات بما يتراوح بين ٢١٠ ألف دولار و ٨٧ ألف دولار فى العام وذلك حسب شهرة الصحفية وقوة انتشارها[٢٧].

وقد شهد نصيب الصحافة من هذا الإنفاق الإعلانى القومى تراجعا ملحوظا بعد أن استطاع التليفزيون أن يجذب إليه الجزء الأكبر منه ، فعلى سبيل المثال – فقدت الصحافة الفرنسية ٢٣,٢ ٪ من السوق الإعلانية فى فرنسا فى عشرين عاما من ١٩٦٧ (قبل أن تسمح بالإعلان فى التليفزيون الفرنسى) حتى عام ١٩٨٨ ويظل المؤشر الأكثر وضوحا هو حجم الإيرادات الإعلانية مقارنة بإيرادات التوزيع للصحافة – كوسيلة إعلامية – بصفة عامة ، ولكل صحيفة – على حدة – بصفة خاصة ، ولا تتعدى هذه الإيرادات فى الصحافة الفرنسية ٤٠ ٪ من إجمال إيرادات الصحف هناك فى حين تصل إلى ٦٨ ٪ فى ألمانيا و ٦٠ ٪ فى الولايات المتحدة، ٥٢,٣ ٪ فى اليابان[٢٨]. وفى مصر – ومع غياب الإحصاءات الدقيقة – يقدر أحد خبراء الإدارة الصحفية[٢٩] النسبة التى تمثلها الإيرادات الإعلانية لإجمالى إيرادات الصحف المصرية بـ ٤٠ : ٦٠ ٪ ويقدرها خبير آخر[٣٠] نسبة ٥٠ : ٦٠ ٪ من موارد هذه الصحف .

أما بالنسبة للإيرادات الإعلانية فى الصحف المختلفة ، فهناك صحف تعيش على هذه الإيرادات وحدها والتى يطلق عليها الصحف المجانية Les Journaux Gratituts والمنتشرة فى الولايات المتحدة وفرنسا وألمانيا وانجلترا وبلجيكا وسويسرا وهولندا وغيرها والتى يرى البعض أنها تشكل عنصراً مقلقاً للصحافة العادية ، فوجودها يعتبر منافسة غير مشروعة لتلك الصحافة (٣١) من وجهة نظرهم ، وهناك على الطرف الآخر تلك الصحف التى تعتمد إلى حد بعيد على إيرادات توزيعها كصحيفتى Le Canard Enchaiane, Le Croix الفرنسيتين ، حيث تصل هذه الإيرادات إلى ما يقرب من ٩٠ ٪ من إجمالى دخلها ، وهناك صحف ثالثة تعتمد على كلا المصدرين بنسب متفاوتة . فصحيفة " الفيجارو الفرنسية " تحقق ٨٠ ٪ من دخلها من الإعلانات ، وتحقق " لوموند " نسبة ٥٥ ٪ فى حين لا تزيد هذه الإيرادات عن ٢٥ ٪ فى صحيفة " اوباريزيان " (٣٢).

وفى مصر ، يذكر رئيس مجلس إدارة مؤسسة الأهرام السابق ، أن إيرادات الإعلانات فى الأهرام قد بلغت ٥٠ مليونا من الجنيهات فى نهاية عام ١٩٨٣ بنسبة تزيد على ٥٠ ٪ من إجمالى دخلها فى حين بلغت إيرادات التوزيع فى نفس العام أكثر من ٢٥ مليونا وإيرادات الأنشطة الأخرى ١٩ مليونا (٣٣).

يتبين مما سبق أنه اذا كانت التجربة والواقع قد أكد أنه لا حياة اليوم للصحيفة الإعلانية " Ad-Iess إن صح هذا التعبير(٣٤) وكذلك إلى ندرة الهيئات الإذاعية والتليفزيونية التى تعيش دون إعلانات مطلقا فإن الإعلان – كمصدر مهم من مصادر الإيرادات للمؤسسة الإعلامية يصبح مجالاً واسعاً لصناعة عدد من القرارات داخل هذه الموسسة .

وتدور هذه القرارات حول :

– حجم التواجد الإعلانى على خريطة العمل الإعلامى ، والذى تترجمه القرارات الخاصة بالمساحات الإعلانية فى الجرائد والمجلات ونسبتها إلى المساحات التحريرية وكذلك مساحة الوقت المسموح به للإعلان فى خريطة البث أو الإرسال .

– حجم الإيرادات الإعلانية المستهدفة على خريطة الميزانيات التقديرية للمؤسسات الإعلامية والذى تترجمه القرارات الخاصة بتحديد حجم الأموال اللازمة لإنجاز أهداف المؤسسة والنفقات الواجب القيام بها وأسلوب تمويل هذه الاحتياجات المالية لمؤسسة وفلسفة تعظيم العائد من الالتزامات الحالية والمقترحة للمؤسسة ووسائل تحقيق تلك الفلسفة .

- الضوابط والقواعد المنظمة لنشر أو إذاعة الإعلانات فى الوسيلة الإعلامية والتى تترجمها القرارات الخاصة بهذه الضوابط وضمانات الالتزام بها وتنفيذها .

ويجب أن تنطلق الإدارة الإعلامية عند صناعتها لمثل هذه القرارات من إدراك واع "لقدر التخطيط القومى " لوسائل الإعلام وتحديد ما يجب أن تفعله هذه الوسائل فى المجتمع من ناحية ، ومدى الاهتمام بجعل هذه الوسائل تحقق الربح لكى تبقى على قيد الحياة من ناحية أخرى (٣٥) .

وتستند إلى عدد من المرتكزات الأساسية المؤثرة من أهمها :

- السياسات الإعلامية والإعلانية التى يتبناها المجتمع من ناحية وتتبناها المؤسسة الإعلامية من ناحية أخرى .
- حركة النشاط الإعلانى فى المجتمع ومستويات الإنفاق الإعلانى القومى .
- نصيب المؤسسة الإعلامية من هذا النشاط وتثير " شهرة المحل " للوسيلة الإعلامية.
- التكوين الفكرى والقيمى والمهنى لمتخذى القرار فى المؤسسة الإعلامية .
- التكوين الفكرى والقيمي والمهنى لمتخذى اقرار فى المؤسسة الإعلامية .
- القدرات البشرية والفنية والتكنولوجية المتوافرة فى المؤسسة الإعلامية .

ونظرا لاعتماد اقتصاديات الوسائل الإعلامية المعاصرة - بدرجات تفاوتة على الموارد الإعلانية ، فإن القرارات الخاصة بتقدير الإيرادات الإعلانية المستهدفة ، وتحديد الضوابط المقيدة للإعلان وضمانات تنفيذها تظل من أصعب القرارات على هذا الصعيد .

صحيح أن الاقتصاد لا يعد العامل الوحيد المحدد للسلوك الاتصالى بما يجعله يؤثر على الوظائف الإعلامية المختلفة ، فضلا عن أن الحالة الاقتصادية لوسائل الاتصال وهيئاتها قد لا يكون لها بالضرورة تأثير على مخرجاتها(٣٦)، إلا أن هذا لا ينفى فى النهاية ارتباط هذه المخرجات الإعلامية باقتصادياتها بشكل أو بآخر ، أخذاً فى الاعتبار أن معظم أصحاب رؤوس الأموال الكبيرة لا يقيمون وزناً للرسالة الاجتماعية للوسائل الإعلامية ومتطلباتها كما ينبغى .

ففى أمريكا – على سبيل المثال – ونظرا لاعتماد اقتصاديات المحطات الإذاعية هناك على الإعلان بصورة تكاد أن تكون كاملة – بلغت نسبة المحطات الإذاعية التى تتجاوز القيود الإعلانية ٨٦ ٪ من المحطات الأمريكية وذلك بهدف الحفاظ على المعلنين وجذب معلنين جدد ، وأكثر هذه التجاوزات يرتبط بالوقت المسموح به اللإعلان فى خريطة الإرسال (٣٧).

وفى مصر ، يبدو أن الرغبة فى تحقيق إيراد أكبر من الإعلانات هو ما يحرص عليه التليفزيون ، فلا نزال نذكر إعلانات إحدى شركات توظيف الأموال وجوائزها الرمضانية على الشاشة منذ سنوات قليلة والتى خلقت حالة من الهوس وكسب منها التليفزيون بضع عشرات أو مئات الألوف من الجنيهات ولكن " الشركة " كسبت من ورائها ملايين جديدة من مداخرات الناس ، ثم بعدها بأسابيع قليلة سقطت هذه الشركة وضاعت المدخرات [٣٨] ، وكذلك تلك البرامج الإعلامية - الإعلانية التى انتشرت على قنوات التليفزيون الخمس فى الفترة الأخيرة والتى شبهها أحد الصحفيين [٣٩] " بالبوتيكات التليفزيون الخاصة " .

ويذكر رئيس مجلس إدرة مؤسسة الأهرام " أن الصحافة القومية - والحزبية فى مصر - بلا استثناء - تضعف أحيانا تحت ضغط مشاكلها الاقتصادية لطالب المعلنين فى تقديم الإعلانات مدفوعة الأجر فى شكل مواد تحريرية أو بغير إشارات إلى أنها مواد إعلانية مدفوعة الأجر لا تتحمل الصحيفة مسئولية دقة معلوماتها مما قد يضر بمصلحة القارئ ويحرمه القدرة على التمييز واتخاذ القرار السليم " [٤٠].

وتشير أحد التقارير التى يصدرها المجلس الأعلى للصحافة فى مصر عن الممارسات المهنية للصحافة المصرية ، إلى أن الخلط بين التحرير والإعلان ما زال هو المخالفة رقم واحد فى جدول مخالفات الصحف المصرية بنسبة ٦٧,٧ ٪ إلى مجمل المخالفات المتعلقة بأدبيات الممارسة المهنية [٤١]. ومن هنا يرى البعض أن " التشريعات الصحفية القائمة بوضعها الحالى لا تواجه هذه الأمور مما يتعين معه إعادة النظر فيها بحيث يمتد نطاق التحريم فى المسئولية الصحفية عن مثل هذه الإعلانات إذا ما ثبت أن المراد هو طمس الحقائق وتضليل الرأى العام [٤٢]. كما طالب البعض الآخر باتخاذ قرار لبحث إيجاد قناة تليفزيونية خالية من الإعلانات أو لا تقدم سوى الإعلانات المتعلقة بالخطط القومية والمصلحة العليا مثل تنظيم الأسرة ومنع التدخين والتطعيم وتخدم المشاهدين وقيم الإعلام الملتزم [٤٣]. مما دفع متخذى القرار في التليفزيون المصرى إلى إصدار قرار بتحديد الضوابط التى تحكم البرامج الإعلانية التليفزيونية وتضع الحدود الفاصلة بين الإعلام والإعلان ، وتشكيل لجنة برئاسة رئيس التليفزيون للإشراف على البرامج الإعلانية المباشرة وغير المباشرة فى حالة انتاجها خارج التليفزيون فى ضوء الضوابط التى نص عليها القرار السابق[٤٤].

ولعل استعراض بعض الأمثلة - من واقع المؤسسات الإعلامية المصرية - لقرارات اتخذتها

قياداتها وانعكست على أدائها لرسالتها الإعلامية ، وتأثرت فيها بالإعلان – كمصدر مالى مهم – يلقى مزايدا من الضوء على حجم هذا التأثير ونوعينه :

إعلانات شركات توظيف الأموال فى الصحف المصرية

كانت قضية شركات توظيف الأموال التى ظهرت فى مصر فى مطلع الثمانينيات واحدة من الأمثلة الواضحة لممارسة الإعلان – كمصدر دخل – دور مهم فى صناعة القرارات الإعلانية والاعلامية داخل المؤسسات الصحفية المصرية من ناحية ، وفى تحديد المرتكزات التى تنطلق منها هذه القرارات من ناحية أخرى .

تشير دراسة الدكتوراه التى قدمها أحد الباحثين[٤٥] تناولت هذا الموضوع إلى مجموعة من الاستنتاجات المهمة التى توضح – فى رأينا – التأثير السلبى للإعلان وإيراداته على صناعة القرار الصحفى ومخرجاته وتأثره نذكر أهمها :

– كان القرار الإعلامى أولا بعدم النشر الإعلامى " المكثف " عن نشاط هذه الشركات (كما فى جريدتى الأهالى والشعب) أو تجاهل توضيح سلبياتها واثارها الضارة على الاقتصاد المصرى (كما فى جريدتى الأهرام والوفد) والتخلى عن وظيفة الإنذار المبكر كوظيفة اتصالية وذلك منذ ظهور هذه الشركات أوائل الثمانينيات وحتى صدور القانون ٨٩ لسنة ١٩٨٦ (بتاريخ ٢٦ يونيو ١٩٨٦ بتنظيم بعض حالات دعوة الجمهور إلى الاكتتاب العام). ونتفق مع قول الباحث: " إنه يكاد يقطع بأن هذا التجاهل لم يكن نتيجة عدم إلمام كاف بالظاهرة لكنه كان متعمداً لتحقيق مصالح النظام الاتصالى نفسه فى المقام الأول " ، ويضيف : " بل أن سعى هذا النظام لتحقيق مصالحه من خلال تأييد هذه الشركات جعله يتحدى الإنذارات المبكرة التى صدرت من البنك المركزى المصرى وهيئة سوق المال بعدم التعامل مع هذه الشركات ونشر إعلاناتها خشية تضليل الرأى العام [٤٦] .

– إن القرار الإعلامى والإعلانى الذى اتخذه صانعو القرار فى المؤسسات الصحفية المصرية بخصوص هذه الشركات فى تلك المرحلة كان متوائماً مع صمت النظام السياسى إزاءها مما ساهم فى خداع الرأى العام وسمح لهذه الظاهرة بالانتشار السريع .

– فى المرحلة التالية من عمر هذه الشركات أى فى الفترة من ٢٧ يونيو ١٩٨٦ وحتى صدور القانون ١٤٦ لسنة ١٩٨٨ فى شأن الشركات العاملة فى مجال الأموال واستثمارها ، استبدل القرار الإعلامى السابق بقرار " تكثيف " النشر الإعلامى عن نشاط هذه الشركات والترويج لها

على حساب الجهاز المصرفي المصرى طمعا في زيادة عائد الإعلانات وهو عائد كبير ومجز عاد بالفائدة على النظام الاتصالى ككل وعلى بعض الشخصيات ذات الصلة بالنشاط الإعلانى داخل هذا النظام (٤٧).

ولعل ما ذكره مراقب حسابات شركات " الريان " في التقرير الذى قدمه إلى رئيس هيئة سوق المال عن لمركز المالى لها من أن إجمالى تعاقدات الشركة مع المؤسسات الصحفية قد بلغ مائة ميلون جنيه تم التنفيذ بما يساوى ٤٠ مليون جنيه وقد تم توريد الباقى (٤٨)، ويوضح قدر هذه الفائدة .

– تباينت القرارات الصحفية الخاصة بالتعامل الإعلامى مع هذه الشركات من صحيفة إلى أخرى فى المرحلة التى تلت صدور القانون السابق وحتى نهاية عام ١٩٨٩ . ففى جريدة الأهرام اختلف القرار الإعلامى على المستوى الرسمى الذى يدرك حقيقة المكاسب المالية التى تحققها إعلانات هذه الشركات – وذلك من خلال الافتتاحيات ومقالات صحفى الجريدة – عن كتابات المفكرين والكتاب من خارج الجريدة الذين لا تحكمهم نفس النظرة أو الدافع . عكس الحال بالنسبة للقرار الصحفى فى جريدتى " الوفد والشعب " والذى سمح بالترويج الإعلانى والدعائى والإعلان السياسى وقيام بعض الكتاب بالدعاية غير المباشرة لهذه الشركات فى أعمدتهم الصحفية . وعلى حين كان القرار الصحفى فى جريدة " الأهالى " بالدعوة للسيطرة على نشاط هذه الشركات ، كان القرار الإعلانى داخل هذه الجريدة بنشركم كبير من المساحات الإعلانية لصالح هذه الشركات ، الأمر الذى قلل من مصداقية المادة التحريرية المنشورة (٤٩).

– مع تدهور أوضاع هذه الشركات ، قل حجم النشاط الإعلانى لها ومن ثم قلت المنافع التى كان يجنيها صانع القرار فى المؤسسات الصحفية ونتيجة لذلك قل الحماس الإعلامى للدفاع عنها مما قلل من مصداقية التحرير وزاد من مصداقية نظم الاتصال المعرضة(٥٠).

– وأوقعت القرارات الإعلامية السابقة التى تأثرت بالايرادات الإعلانية المتوقعة الممارسة المهنية للصحافة فى عدد من المحظورات نذكر منها :

– الإخلال بحق القارئ فى الخبر الصادق ، وواجب التحرير فى تدعيم هذا الصدق والمصداقية ، ومن أمثلة ذلك : الخبر الذى نشرته جريدة أخبار اليوم(٥١)حول مستحقات لإحدى هذه الشركات لدى أحد المواطنين لم تبلغ بها إدارة الأموال العامة ، ثم سرعان ما ينشر ما يكذبه أو

يناقضه فى اليوم التالى مباشرة فى جريدة الأخبار التى تصدر عن ذات المؤسسة الصحفية على شكل إعلان ينفى فيه هذا المواطن أية علاقة بهذه الشركة .

كذلك آثار التحقيق الصحفى الذى نشر فى جريدة " أخبار اليوم[٥٢] تحت عنوان " امنعوا هذه الكارثة " حول أحد مشروعات إحدى هذه الشركات تتهمها فيها الصحيفة بمخالفتها للقانون وتنسب إليها عددا من أوج القصور والفساد ، ثم تنشر جريدة " الأخبار " فى اليوم التالى مباشرة إعلانا فى صفحة كاملة بمبلغ عشرين ألف جنيه مدعما بالصور حول نجاح الشركة المذكورة فى تنفيذ مشروعاتها التى تحدث عنها التحقيق السابق ، هذه القضية بشكل كبير مما دفع رئيس تحرير الصحيفة آنذاك أن يبرر هذا " الموقف " أمام القارئ بعد قصيرة من النشر فى مقال بعنوان " الإعلان فى الصحف ليس حقا مطلقا بلا قيود "[٥٣] بقوله: " ما القول بالنسبة لشركة استثمار هاجمها رئيس تحرير الصحيفة واتهمها بمخالفة القانون ، هل من حقها أن تنشر إعلانا تحريريا تتحدث فيه عن أمجادها والتزامها بالقانون فى الصحيفة نفسها ؟ ثم يرد " هنا يختلف الأمر فى رأيى ، لأنه ليس أمام هذه الشركة إلا أن تعلن عن أعمالها وما دام التحرير حر فى نقدها فهنا لا تهام بأن هذه الشركة اشترت رأى الصحيفة وهذا هو المعيار الأساسى أما إذا كانت الصحيفة تنشر إعلانات هذه الشركة مقابل أن تصمت عن النقد فهذا هو المرفوض " .. وهو رأى يخضع للمناقشة ولاشك .

وما نشرته أخبار اليوم [٥٤] أيضا في شكل خبر الإشكال الذى قدمته هيئة قضايا الحكومة لوقف أعمال الشركة السابقة في منطقة المعادى ، ثم تنشر الأخبار فى اليوم التالى مباشرة لنشر الخبر إعلانا للشركة بعنوان " تنويه " تنقد فيه ما جاء فى الخبر المنشور وغيرها وغيرها .

- أيهما أقوى فى مواجهة الآخر .. الإعلان أم التحرير .

ومن الأمثلة الصارخة على تلك المواجهة ، هذه الرسالة " شديدة اللهجة " التى أرسلها رئيس مجلس إدراة شركة " الريان " إلى رئيس مجلس إدراة مؤسسة أخبار اليوم [٥٥] ، بعد نشر جريدة " الأخبار " إحدى إصدارات المؤسسة لعدد من الأخبار حول الشركة وأوجست الخيفة فى قلوب المودعين فيها يقول فيها : إنه لا يحق لمحامى الشركة (الذى هو نفسه مستشار هذه الموسسة الصحفية آنذاك) نشر أى بيان أو أخبار عن الشركة ... " وبناء عليه فإنى أحذركم كل التحذير من ذلك لاسيما وانه مستشار جريدتكم " .

كذلك تقبل جريدة الوفد أن تنشر إعلانا [٥٦] بعنوان " المستندات والوثائق تكشف زيف ادعاءات أصحاب الأقلام المغرضة " يتحدث عن زملاء فى المهنة بأسلوب غير مهذب حيث يقول: " .. وزاد من ذلك أن انبرى السيد سنبل رئيس تحرير جريدة الأخبار والسيد سمير رجب رئيس تحرير المساء يحرض الحكومة ضدنا ، ويكتب الثانى مقالا يهددنا ويحذرنا محاولاً إخافتنا ... إن بعض أصحاب الأقلام يزعمون .. " وهكذا أثارت هذه الأمثلة وغيرها قضايا عديدة للمناقشة شارك فيها الصحفيون ورجال الإدارة والإعلان جنبا إلى جنب مع رجال الفكرة وقادة الرأى فى المجتمع نذكر منها :

- مدى التوافق أو الانسجام الواجب بين مضمون ما ينشر فى المواد التحريرية والإعلانية فى الوسلية الإعلامية ، ومن يملك سلطة اتخاذ القرار إذا ما حدث التعرض أو التناقض بينهما .
- مسئولية الوسيلة الإعلامية عما تقدمه من إعلانات .
- أهمية تنويع مصادر الدخل الإعلانى فى الوسيلة الإعلامية ضمانا لحريتها[٥٧].

القضية التى عرفت باسم " قضية الشيخ الفاسى ".

فجر القرار الذى اتخذته القيادة الإعلامية لمؤسسة الأهرام بمنع نشر العمود اليومى للكاتب أحمد بهاء الدين الكاتب بجريدة الأهرام[٥٨] والذى تساءل فيه عن الأسلحة والحقائب الملأى بالمجوهرات التى ضبطتها شرطة مطار القاهرة بحوزة " الشيخ الفاسى " وهو عائد إلى مقره الدائم بلندن والذى قام وزير الأوقاف آنذاك بتوديعه ، كما يسأل كل من قدمه لمصر على رئيس المجلس الأعلى للطرق الصوفية عن معلوماتهم عنه وسرا احتفاء الرسميين والإعلاميين به وبهذه الصفة . فجر هذا القرار واقع العلاقة بين القرار الإعلامى والقرار الإعلانى فى المؤسسة، حيث اتضح أن السبب فى عدم نشر هذا العامود أن " الفاسى " يقوم بجهد ضخم فى دعم الطبعة الدولية للأهرام عن طريق الإعلانات الإعلامية ، وأن حصيلة الإعلانات منه سنة واحدة تبلغ ٤ مليون جنيه " [٥٩]. وبالرغم من أن الأهرام قد بادرت بتكذيب هذا السبب مؤكدة حرية الصحافة والصحفيين فى مصر[٦٠] إلا أن القضية لن تغلق بل امتدت إلى مناقشة حق رئيس التحرير وحدود سلطته التقديرية فى اتخاذ مثل هذه القرارات ، مع التأكيد على أن القانون لا يعرف شيئا اسمه سلطة مطلقة من ناحية ، وشرط عدم التعسف فى استخدام هذا الحق من ناحية أخرى [٦١].

كذلك ثارت أزمة فى جريدة الجمهورية حول اتخاذ قرار بقبول نشر إعلان عن هذا الرجل أو رفضه ، وكادت أن تمنع الصحفية من الصدور يوم ١٩٨٧/١/٣ حيث كانت الجريدة جاهزة للطبع فى الساعة السابعة كالمعتاد ، ورفض رئيس مجلس إدارتها طبعها ما لم تنشر الإعلان المذكور فى الوقت الذى أصر فيه رئيس التحرير على رفض نشر هذا الإعلان حتى وصل الأمر إلى المجلس الأعلى للصحافة ومباحث أمن الدولة، وطبعت الصحيفة دون نشر الإعلان (٦٢).

إعلانات التليفزيون المصرى خلال شهر رمضان عام١٤١٣هـ /١٩٩٣م

سادت على شاشة التليفزيون المصرى خلال شهر رمضان ١٩٩٣ نوعية من البرامج الإعلانية التى ينتجها القطاع الخاص ممولة من الإعلانات ومتضمنة الإعلان إلى جانب الترفيه وبذلك تشغل وقتا أطول قد يمتد إلى نصف ساعة وربما أكثر بالنسبة للبرنامج الواحد(٦٣).

كما ظهرت شركات تعلن عن نفسها وتتحكم فى تقديم هذه البرامج فتقوم باختيار القائمين عليها (برنامج الكاميرا الشقية) أو باختيار موضوعاتها السطحية (برنامج من غير كلام) ، وقد بلغ من تدخل هذه الشركات فى بعض البرامج أنها كانت تعلن عن نفسها فى شكل إعلان فى كل فقرة ، فإذا تذكرنا أن هذا البرنامج يحتوى على خمس عشرة فقرة لتعرفنا كم إعلانا يقدم فى البرنامج الواحد (من غير كلام أيضا) حتى يمكننا أن نسمى هذه البرامج "برامج إعلانات" (٦٤). وخطورة تلك البرامج أنها تفرض نفسها على التليفزيون إما أن يقبلها أو يرفضها بالكامل. ويبدو أن الذى حدث هو القبول التام لتلك البرامج مادامت ستشغل ساعات من وقت الإرسال بغض النظر عن مضمونها، وفى ظل تباطؤ التليفزيون عن إنتاج برامج جديدة بالكم الذى يغطى ساعات الإرسال الطويلة على قنواته الخمس هنا يكون القرار هو التغاضى عن كثير مما كان يجب منعه « مادام التليفزيون » يقتصد بل ويحقق عائدا لخزينته (٦٥).

كذلك الحال بالنسبة لقرار قبول فكرة قطع البرنامج أو الفيلم أو المسلسل من أجل إذاعة إعلان أو عرض لوحة إعلانية يتم مزجها مع أحداث المسلسل أو الفيلم خلال عرضه متعدية بذلك على الانسياب الطبيعى للعمل ومتجاهلة مشاعر المشاهد وأخلاقيات الممارسة فى المجتمع ومؤكدة أضعف قيم " الخصخصة " وهى المال قبل الجمال والمدفوع قبل الممنوع (٦٦).

ثالثا : الإعلان كمؤثر إيجابى فى صناعة القرارات فى المؤسسة الإعلامية

استعرضنا فى الصفحات السابقة صورا لقرارات إعلامية تأثرت تأثرا سلبياً بالإعلان ، أو كان للإعلان ، كمصدر لتمويل الخدمة الإعلامية وتدعيم القوة الاقتصادية لهذه الخدمة . تأثيراته السلبية على القرارات الخاصة بالأداء الإعلامى نفسه .

وفى هذه الصفحات سوف نتعامل مع الإعلان كمؤثر إيجابى فى صناعة القرارات الخاصة بتدعيم الأداء الإعلامى نفسه وإلى أي حد يصبح الإعلان معاونا فى تكوين هذه القرارات من وجهة نظر إدارة المؤسسات الإعلامية .

ومن المفيد هنا أن نلفت النظر إلى أنه يجب على إدارة المؤسسة الإعلامية الخلط بين بعدى ماذا وكيف فى حياة المؤسسة التى تديرها . فإذا كانت الأولى تعنى استراتيجية الإدارة أى الرؤية الموجهة إلى ما ينبغى أن تكون عليه المؤسسة وأهدافها الأساسية . فإن " كيف " تعنى فى الواقع كيفية وصول المؤسسة إلى هذه الأهداف ، أو هى النقط الهامة أمام الإدارة الإعلامية لإتخاذ القرارات العملية التى تفترض فهما واضحا لماترغب المؤسسة فى تحقيقه(٦٧) ، وهى التى سنركز عليها من خلال مجموعة المجالات التى يمكننا تحديدها ونرى أنها تبرز العلاقة الإيجابية للإعلان بالقرارات المتعلقة بها وهى :

– القرارات المتعلقة بتوفير مدخلات الإنتاج الإعلامى وتحسين مخرجاته وبصفة خاصة من ناحية الشكل(٦٨).

– القرارات المتعلقة بسياسات تسعير الخدمة الإعلامية .

– القرارات المتعلقة بسياسات التدريب وتنمية القوى البشرية فى المؤسسة .

– القرارات المتعقلة بسياسات التطوير وتبنى مستحدثات التكنولوچيا الإعلامية .

– القرارات المتعلقة بسياسات الأجور فى المؤسسة الإعلامية .

وبقدر ما يتوافر لصانع القرار من إدراك واع للاتجاه الذى ينبغى أن توجه إلية مؤسسته يكون أكثر مقاومة للهجوم أو المساومة على الاختيارات التى توصله إلى هناك (٦٩).

القرارات المتعلقة بتوفير مدخلات الإنتاج الإعلامى وتحسين مخرجاته .

لم يعد فى الإمكان تحليل الاتصال الجماهيرى بدون أن نأخذ فى الحسبان تدفق المال بين صناعة الإعلان ووسائل الإعلام . وعلاقة الإعلان بهذه الوسائل اليوم ليست علاقة صدفة ،

فالإعلان قوة أساسية تلعب دورا هاما فى تشكيل شكل ومضمون وسائل الإعلام (٧٠). فعلى سبيل المثال " يحدد حجم صحيفة ما (عدد صفحاتها) تكاليف المواد الأولية الملموسة (وبخاصة الورق والحبر) بجانب عناصر التكلفة الأخرى المطلوبة لعملية الإنتاج ، كما أن هذا الحجم نفسه يتحدد بالعلاقة بين حجم الإعلانات وحجم المادة التحريرية على اختلاف أنواعها (٧١).

وفى التقرير الذى نشره اتحاد وكالات الاستشارات الإعلانية (AACP) (٧٢) بفرنسا فى يناير ١٩٧٤ بعنوان « الإعلان والسعر » Le publicité et le prix. (٧٣) وشرح فيه المميزات غير المباشرة للإعلان على وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية ، ذكر أن الإعلان قد ساعد على تحسين مظهر العديد من الدوريات حينما زاد من القدرة الاقتصادية لهذه الدوريات فساعدها على تحسين نوعية الورق المستخدم ، وإدخال الطباعة الملونة ، كما كان وراء زيادة عدد الصفحات التحريرية التى تقدمها هذه الدوريات وقدم مثالا على ذلك من مجلة "هى"(ELLE) الفرنسية ، فحينما كانت تصدر فى ثمانين صفحة كان الإعلان يشغل نسبة ٢٥٪ منها أى يتبقى للقارئ ٦٠ صفحة كمادة تحريرية ، وعندما صدرت المجلة نفسها فى مائتى صفحة وشغل الإعلان ٣٥ ٪ من هذه المساحة تبقى للقارئ مائة وست وعشرون صفحة تحريرية ، وحققت المجلة إيرادات إعلانية جديدة فى الوقت نفسه .

وفى مصر ومنذ منتصف السبعينات برزت مشكلة اختلال الهياكل التمويلية لبعض المؤسسات الصحفية نتيجة نقص إيرادتها عن مصروفاتها إلى جانب تراكم الديون الحكومية عليها وعجزها عن الوفاء بالتزاماتها ، وفى وقت تتفاقم فيه الأعباء وترتفع أسعار الورق(٧٤) الذى يعتبر من أهم عناصر تكلفة العملية الإنتاجية للجريدة حيث قدرت بعض الدراسات نسبة ما يستنفذه الورق من إجمالى مصروفات الجريدة ٣٥ : ٤٥ ٪ ، ٢٠ : ٣٥ ٪ من إجمالى إيراداتها حسب توزيع الصحيفة(٧٥).

وبالرغم مما يوجهه القراء من انتقادات مستمرة إلى نوعية ورق الصحف ، يكفى أن تتخيل حجم الأعباء الإضافية التى ستقلى على الصحيفة إذا فكرت فى تحسين هذه النوعية . يقول د. سيد أبو النجا خبير الإدارة الصحفية " إن الجريدة بإعلاناتها الكثيرة أقدر على تجويد مادتها التحريرية من الجريدة ذات الإعلانات المحدودة ، فالإعلانات على سبيل المثال - تساعد " الأهرام " على أن يرسل المحررين لمتابعة الأحداث فى العالم وعلى تحديث المطابع وعلى الطبع على ورق فنلندى وهذا هو أجود الأنواع وهى الجريدة الوحيدة التى تطبع على هذا الورق فى مصر وهذا

بفضل " الأعلان " ثم يتساءل : لماذا يطبع " الأهرام " فى ثمان وعشرين صفحة والصحف الأخرى فى أربع عشرة صفحة ؟ الإجابة بدون الإعلان من الصعب تمويل هذا (٧٦). والأمر لا يختلف كثيرا فى الإنتاج الاذاعى أو التليفزيونى ، فقد ارتفعت تكاليف " منذ الستينيات مما يستلزم توجه الاهتمام إلى ما يسمى تطور " الوعى بالتكاليف " من خلال عملية تكوين القرار من أجل إنجاز هذا الإنتاج .

ويجب أن تعترف أن البحث عن نظام للحصول على الموارد المالية مازال يعتبر نقطة ضعف أو قوة للهيئات الإذاعة والتليفزيونية فى العام ، فالاعتماد كلية على إيراد رسوم الرخصة – كما هو سائر فى بعض البلاد – ليس عامل ضمان دائما نظرا للطبيعة العامة لهذا المورد وخضوعه لقواعد سياسية أكثر من كونها اقتصادية بل يتحول إلى عقبة عندما تواجه إدارة هذه الهيئات مشكلة توفير المستزمات أو التوسع فى الاستثمارات . كذلك كان المعتقد أن التصريح لهذه الهيئات بقبول إعلانات يحررها من البحث عن توازن بين الاحتياجات والوسائل .

وأيا ما كان لأمر ، فمما لا شك فيه أن " الهيئة التى تتمتع بموارد مالية قوية تستطيع أن تقدم مشروعات أكثر تكلفة وجودة ، على حين تحاول الهيئة التى تتمتع بموارد مالية أقل مواجهة التزاماتها البرامجية بإنتاج أقل تكلفة أو تعيد بث برامجها أو تذيع البرامج نقلا عن هيئات أخرى » (٧٨).

وتستطيع الإيرادات الإعلانية أن تعاون فى هذا المجال بشكل إيجابى .

القرارات المتعلقة بسياسات تسعير الخدمة الإعلامية

هل يواصل الإعلان حتى اليوم قيامه بنفس الدور الذى اضطلع به منذ عام ١٨٣٦ حينما أدخله اميل دى جيراردان فى صحيفته Le presse هو تخفيض سعر بيع الصحيفة وتعويض هذا التخفيض من دخل الإعلان ليسمح لعدد أكبر من القراء بشراء الصحيفة ؟

وهل يتعاظم هذا الدور كلما شهدنا ارتفاعا فى سعر بيع الصحيفة ، حيث تشير التجربة إلى أن أى ارتفاع فى هذا السعر وإن كان طفيفا يثير بسرعة انخفاضا فى عدد القراء ، وهى حقيقه كما اكدها المهنيون منذ فترة طويلة ؟

حقيقة الأمر أنه مواجهة الهياكل التمويلية المتردية للمؤسسات الصحفية ، والتى تقف حائلا أمام إمكانية تحسين الإنتاجية ، يتبنى مديرو هذه المؤسسات أحيانا اتجاها " قاتلاً ".

نحو زيادة سعر بيع الصحف . ففى خمسة عشر عاما من عام ١٩٧٠ حتى ١٩٨٤ تضاعف سعر اليومية الفرنسية – على سبيل المثال – ست مرات ، وسعر المجلات أربع مرات فى حين أن الزيادة العامة فى الأسعار هناك لم تتضاعف إلا بمقدار ٢,٧٥ مرة . ويبدو أن الاتجاه لدى الإدارة ، بعد أن أعقبه هبوط فى توزيع هذه الصحف – قد انتكس خصوصاً فى سنوات الثمانينات حيث يسود الاعتقاد لدى هؤلاء المديرين الآن بأن هذا التأثير الضعيف – على المدى القصير – يخفى فى الواقع الدور المتنامى لزيادة فى هبوط التوزيع على المدى المتوسط والطويل(٧٩). وفى مصر يشير طلعت زهيرى إلى أن " سعر بيع الصحيفة المصرية يضغط على مجالس إدارات المؤسسات الصحفية وإدارات الإعلان فيها والسبب أن الصحيفة من ١٢ تتكلف ورقا فقط بأربعة عشر قرشا غير الأجور ، وبغير الإعلانات لا يمكن أن تدفع الأجور والمرتبات (٨٠) .

وأصبح الحل أمام القائمين على هذه المؤسسات ، كما يقول عبد الحميد حمروش نائب رئيس مجلس إدارة مؤسسة دار الهلال المصرية ، وهو رفع سعر بيع الصحف لتغطية مصاريف غير قابلة أن تحقق عائدا خاصا بها من التشغيل العادى ، فزاد العبء لأن أسعار الصحف اليومية فى مصر نجد أنها كانت بين ١٩٥٢ ، ١٩٦٢ تباع بقرش صاغ واحد ، وظلت من ١٩٦٢ إلى ١٩٨٣ ترتفع من قرش إلى خمسة قروش ومن ١٩٨٣ إلى ١٩٩٠ ترتفع إلى خمسة وعشرون قرشا ، فإذا تركنا جانبا حق القارئ فى الحصول على الصحيفة بسعر ملائم ، فإن الفائدة التى تحققها زيادة السعر ، أضاعها النقص فى التوزيع ، فبعد رفع سعر الصحيفة اليومية من ١٥ قرشا إلى ٢٠ قرشا تدهورت الأرقام الفعلية للتوزيع ولم تستطع الصحف أن تسترد الأرقام السابقة (٨١) .

أين دور الإيرادات الإعلانية فى إعادة جزء من التوازن المفقود فى اقتصاديات سعر بيع الصحيفة ؟.

يمكننا فهم تطور هذه الإيرادات الإعلانية فى الصحافة من خلال مؤشرين أساسين هما :

– نسبة هذه الإيرادات لإجمالى الإيرادات الإعلانية فى وسائل الإعلام المختلفة .

– نصيب الصحافة من هذه الإيرادات لإجمالى إيراداتها الكلية .

ويرتبط المؤشر الأول بحجم الإنفاق الإعلانى على المستوى القومى وتوزيع على وسائل النشر الإعلانى المختفة . ولا شك نصيب الصحافة من هذا الإنفاق قد تراجع بشكل ملحوظ منذ دخول الإعلان إلى التليفزيون كما سبق أن أوضحنا . وكانت هذه الظاهرة أشد تأثيرا على

الصحافة اليومية من الصحافة الدورية ويتضح المؤشر الثانى إذا ما قارنا بين حجم الإيرادات الإعلانية مقارنة بإيرادات التوزيع . ولا شك أن الفروق بينهما تنعكس مباشرة على بيع الصحيفة لقارئ ، فإذا أصبح العلاقة بين إيرادات الإعلان وإيرادات التوزيع علاقة مناصفة ٥٠٪ ، ٥٠٪ ، فمن الممكن أن يصبح سعر بيع الجريدة أقل [٨٢].

وفى مصر ، فليس هناك من شك فى أن الإعلان التليفزيون قد أثر على اقتصاديات الإعلان الصحفى كما حدث فى العالم كله ، لأن ميزانيات الإعلان التى رصدت للتليفزيون تمت على حساب الصحافة ، وتمثل هذا التأثير الاقتصادى فيما حدث من رفع الصحف لسعر الإعلان ولسعر بيع الجريدة للقارئ وفى الوقت نفسه نحن لا نحسب التكلفة حسب الوحدة فى الجريدة لأن هناك أنشطة أخرى تعمل بشكل تجارى وتدر أرباحا فى النهاية على المؤسسة بالإضافة إلى الإعلان . إلا أن الزيادة فى عدد صفحات الجريدة التى أعقبت رفع سعر بيعها قد زاد من تكلفة إنتاجها[٨٣]. بالإضافة إلى ضعف القوة الشرائية للقارئ المصرى والظروف الاقتصادية التى تحد من مساحة الإعلانات التى تنشر أو من قيمة الإعلانات التى تدفع لدور الصحف.

أما بالنسبة للخدمة الإذعية تقول د. **جيهان رشتى** إن هناك اتجاهاً واضحاً لإضفاء الطابع التجارى على الإذاعة ويظهر ذلك فى التحول العام من تمويل الخاص المستمد من الإعلان وبشكل خاص فى الدول بسبب ضغوط أنظمة التليفزيون الكابلية ولبث بالأقمار الصناعية إلى الحد الذى أصبحت تطغى إلى حد كبير على الأنظمة غير التجارية القائمة[٨٤]. ومن هنا يتسع المجال أمام الإعلان لأن يكون له دور إيجابى فى القرارات المتعلقة بتسعر هذه الخدمات الجديدة.

وفى مصر ، وفى إطار الوضع القانونى لهذه الخدمات من ناحية ودخول الإعلان كمصدر من مصادر تمويلها من ناحية أخرى ، يتضح أن الزيادات المستمرة فى الإيرادات الإعلانية يساهم فى تحقيق بعض الأهداف الخاصة بتخفيف العبء على الميزانية العامة للدولة وعلى موازنة النقد الأجنبى وإمكانية مواجهة الزيادات الطارئة فى استخدامات القطاعات المعنية بالزيادة فى الإيرادات الجارية [٨٥] ، بما يتيح الفرصة لمتخذى القرار فى توصيل الخدمة الإعلامية بتكلفة أقل لمستهلكها فى النهاية.

القرارات المتعلقة بسياسات تطوير المؤسسة الإعلامية وتأهيل الكادر البشرى فيها

كان تطور الصحافة الجماهيرية خلال القرن التاسع عشر ظاهرة اقتصادية اجتماعية فى الأساس ، فقد ساهمت الصحف فى إثراء المعلومات وفتح مجال الحوار والمناقشات كما لعبت - فى الوقت نفسه - دورا رئيسيا فى استقرار المؤسسات الاجتماعية الجديدة . وقد صاحب ذلك إبداع تكنولوجى واسع فى وسائل لطباعة ، ومنذ ذلك الحين لم يحدث تطور فى تكنولوچيا الصحافة يضارع التطور الذى قدمه الكمبيوتر حيث فتح آفاقا ممتدة ليس فقط فى صالات التحرير وقاعات الإنتاج الصحفى بل أيضا فى مجالات الإعلان والتوزيع وغيرها .

وتاريخ التقنيات الحديثة للصحافة هو إلى حد بعيد تاريخ الصراعات حول دخول هذه التقنيات(٨٦).

فمما لا شك فيه أن هذه التكنولوچيا المتطورة قد أعادت تشكيل قدرات الصحافة فى الدول المتقدمة من حيث المرونة والسرعة والقدرات الفنية العالمية ، بالإضافة إلى أنها فتحت الباب أمام تحليل تطور اقتصاديات الصحف بشكل مختلف.

فلفاكسميلى - على سبيل المثال - بما يتيحه من إمكانية إنتاج الصحيفة بالقرب من نقاط البيع والتغلب على مشكلات النقل والتكاليف الباهظة التى تتكبدها الصحف فى ذلك ، إلى جانب توفير فرص جديدة لتوزيع الصحيفة من الممكن أن يعتبر أداة لتحقيق التوازن ومن ثم النمو فى أرقام لتوزيع.

كذلك تتيح هذه التكنولوچيا إمكانية استخدام الألوان ، وتحسين نوعية الطباعة والصور الصحفية بما يوفر فرصة أوسع للصحافة " بالقبول " فى السوق الإعلانية التى مازالت محجوزة لصحافة المجلات ، أى مصادر مالية جديدة ، وكذلك لزيادة المبيعات وبصفة خاصة فى ظل منافسة التليفزيون(٨٧)

من هنا نتبين أن العلاقة بين التكنولوچيا - الإعلان والعكس هى علاقة مزدوجة كلاهما يؤثر فى الآخر ويساعد على تحقيقه ، بعد أن تتحول هذه العلاقة إلى سياسات تترجم إلى خطط وبرامج ذات هدف متحرك لكل مؤسسة صحفية ووفقا لظروفها كذلك يمكن فصل هذه الخطط والبرامج الخاصة بعمليات تحديث العملية الإنتاجية للصحيفة عن برامج تأهيل العنصر البشرى الذى

سيتعامل مع هذه المستحدثات ، حيث أصبحت هذه البرامج ضرورة تفرض نفسها لسد الحاجة إلى الفنيين المؤهلين فى مختلف مجالات الإنتاج ، انطلاقا من أن التكنولوچيا الجديدة لم تلغ العامل القديم بل تتطلب تطوير هذا الدور وصولاً إلى نوعية جديدة من المهارات والاستعدادت المهنية لهذه التكنولوچيا .

وتظل مشكلة تمويل هذه البرامج معوقا أساسيا أمام إنجازها إذا لم يتوافر للمؤسسة الإعلامية الموارد المالية اللازمة . وحيث ان الإيرادات الإعلانية تمثل نسبة لا بأس بها من هذه الموارد فى المؤسسة الإعلامية المعاصرة ، فلا شك إنها ستكون أحد مرتكزات القرارات المتعلقة بهذه البرامج.

القرارات المتعلقة بسياسات الأجور فى المؤسسة الإعلامية

أصبحت المؤسسات الإعلامية المعاصرة مؤسسات ضخمة يعمل فيها قطاعات مختلفة من العمالة البشرية ، إعلاميون وإداريون وعمال فنيون وعمال غير فنيين ومن ثم أصبح بند المرتبات والأجور أحد البنود الثقيلة فى ميزانيات هذه المؤسسات مما يترتب عليه أعباء إضافية على إدارتها .

وتزيد وطأة هذه الأعباء الإضافية إذ لم يقابلها إنتاج فعلى من هنا العمالة من ناحية ، وإذا لم تراع اللوئح الخاصة بهذه لأجور الفروق بين الفئات العاملة من حيث مدى ومستوى القيمة المضافة التى تقدمها للمؤسسة من ناحية أخرى .

ويلجأ بعض صانعى القرار فى هذه المؤسسات إلى رفع سعر الإعلانات لتغطية قرارات زيادة الأجور لأمر الذى قد يؤثر بالسلب على حصيلة الإعلان إذا ما كان فوق طاقة كل المعلنين الحاليين والمحتملين (٨٨) ، فى حين يكون الوفاء بهذه الالتزامات أحد العوامل التى تتدخل بشكل مباشر فى تحديد سعر بيع الجريدة (٨٩).

فالعلاقة هنا محفوفة بالمخاطر إلى الحد الذى قد يرحب فيه المحرر بنشر المادة الإعلانية على حساب مادته التحريرية أملاً فى زيادة الإيرادات الإعلانية لصحيفته ، والتى سوف يتحول جزء منها إلى مكافآت أو حوافز فى النهاية .

والقرار الإدارى هنا مطالب بالتوازن بين تلبية احتياجات المؤسسة من الأموال اللازمة لبند الأجور والمرتبات وبين المستهدف من حصيلة الإعلانات للمساعدة فى سد جزء من هذه الاحتياجات.

خلاصة البحث والتوصيات

من العرض السابق يتضح أن عملية صنع القرار فى المؤسسة الإعلامية تخضع للعديد من المؤثرات التى يكون الإعلان واحدا مهما منها ، بل ويضيف بعدا جديدا فاعلا فى تحديد مخرجاتها.

فمن فحصنا للعديد من المجالات التى يمارس فيها الإعلان دورا فى اتخاذ القررات ، يتضح أن فلسفة الإدارة الإعلامية تجاهه وقدرتها على ترجمة هذه الفلسفة فى شكل قرارات تعد عاملا أساسيا وحاسما فى توجيه هذا الدور وتشكيله وتعظيم عائده الإيجابى .

كذلك فمعظم المسئوليات المالية ، وعدم قدرة الهياكل التمويلية للمؤسسات الإعلامية المعاصرة على تلبية هذه المسئوليات المتزايدة ، يعد عاملا مؤثرا أيضا على القرارات الخاصة بالتعامل مع الإعلان فى هذه المؤسسات .

وبالرغم من الإشكالية التى تثيرها علاقة الإعلان - القرار فى المجال التحريرى (الإعلامى) فى هذه المؤسسات ، فإن الإدارة الإعلامية ليست قادرة على استبعاد الإعلان من المؤسسة التى تديرها بقدر قدرتها على تقنين تواجده من خلال مجموعة من القرارات تراعى فيها أن عمل المؤسسة التى تديرها ثقافى بالدرجة الأولى اقتصادى فى المرتبة لثانية.

ويمكننا هنا أن نشير إلى بعض المقترحات التى يمكن أن تستعين بها الإدارة الإعلامية فى مواجهة بعض الجوانب السلبية لهذه العلاقة :

- أن تعهد الإدارة إلى لجنة خبراء فى الأعلان - يعملون لحسابها - تكون مهمتها تقييم الإعلانات التى تتعاقد عليها وسيلة النشر - قبل نشرها - من حيث ثبات صفة الخداع من عدمه ، وتعطى صلاحية رفض الإعلان إذا ثبت لها ذلك.

- أن تشترط الإدراة على المعلن أن يقدم الوثائق المؤكدة لبيانات إعلانه ويمكن الاستفادة من التشريعات المطبقة فى السويد وانجلترا وكندا وأمريكا فى هذا المجال .

- أن توثق الإدارة علاقاتها بالمنظمات غير الحكومية NGO كالغرف التجارية واتحاد الصناعات وجمعيات حماية المستهلك وغيرها لمساعدتها فى مراجعة المستندت الدالة على صدق - أو عدم صدق - ما تتضمنه بعض الإعلانات مقابل دفع رسم خدمة يحصل من المعلن ، وتحتفظ المؤسسة الإعلانية بنتائج هذه المراجعة.

الهوامش

(1) Jery C. Wofford et. Organizational Communicatiction :The key stone to managerial effectiveness (London : Macgraw Hill.1977) P.8.

(٢) زكى محمود هاشم ، الإدارة العلمية ، ط٢ (الكويت : وكالة المطبوعات ، ١٩٨٩) ص ١٠٩ - ١١٠.

(٣) سامى عبد العزيز ، بناء الاتصال فى منظمات الإنتاج وانعكاساته على الصورة الذهنية للمنظمة ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام . ١٩٨٨) ص ٢٣٥ .

(٤) سعيد عامر ، الاتصالات الردارية والمدخل السلوكى لها (الرياض : دار المريخ ، ١٩٨٦) ص ٣٣١.

(٥) المرجع السابق ، ص ٣٣٠ ، ٣٣١.

(٦) أرثر سميث ، البرامج والأهداف وصنع القرارات ، فى مقومات اتخاذ القرارات الاقتصادية والمالية فى ظل نظام التخطيط والبرمجة والموازنة ، ترجمة محمد سعيد أحمد - محمد حامد ربراهيم ، المنظمة العربية للعلوم الإدارية ، مركز البحوث الردارية ، سلسلة الفكر الإدارى المعاصر رقم (٣) ، ص ٧٥.

(٧) يزخر التراث العلمى فى مجال الإدارة سواء باللغة العربية أو باللغات الأجنبية بالعديد من المولفات التى تناولت هذه الجوانب بمزيد من التفصيل والشرح.

(٨) اتحاد إذاعات الدول العربية ، إدارة هيئات الراديو والتليفزيون دراسات وبحوث إذاعية ، العدد ١٣ ، ص ٣ - ٤.

(٩) المرجع السابق ، ص ٤٧ - ٥٠.

(١٠) المرجع البسابق ، ص ٦٢ - ٦٣ ، ٧٣ - ٧٥.

(11) W.Phillips Davision. Fredric. T.C. Yu (eds). Mass communiction Research: Major issues and future directions. (N.Y. Prager publishers Inc.1974) P. 150- 154.

(١٢) سامى عبد الرؤف طايع ، أثر سياسة الانفتاح الاقتصادى فى مصر علي السياسات الإعلانية ، دراسةتحليلية تتبعية للنشاط الإعلانى فى مصرفى الفترة من ١٩٧٤ حتى ١٩٨٠ ، رسالة ماجستير غير منشور (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٨٣) ص ٤.

(١٣) القرار الجمهورى رقم ٥٢٧ لسنة ١٩٦٠ ، الإذاعة المصرية ، الإذاعة فى عشر سنوات ١٩٥٢ - ١٩٦٢ (القاهرة : ١٩٦٢) ، ص ٣٥١ - ٣٥٢.

(١٤) القرار الجمهورى رقم ١٧٧٧ لسنة ١٩٥٩ ، م٢ من القرار الجمهورى رقم ٣٥٧ لسنة ١٩٦٠ ، م٢ من القرار اللجمهورى رقم ٨١٥ لسنة ١٩٦١ ، المرجع السابق ص ٣٥٣ - ٣٥٤.

(١٥) تم استقاء بيانات هذا الجدول من المصادر التالية :

- اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، الكتاب السنوى ٨٥ / ١٩٨٦ (القاهرة ١٩٨٦) ص ٢١٥ - ٢١٦.
- اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، الكتاب السنوى ٨٦ / ١٩٨٧ (القاهرة ١٩٨٧) ص ١٩٥ .
- اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، الكتاب السنوى ٩٨ / ١٩٩٠ (القاهرة ١٩٩٠) ص ٢٠٩ .
- اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، الكتاب السنوى ٩٠ / ١٩٩١ (القاهرة ١٩٩١) ص ١٩٥ - ١٩٩.
- اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، الكتاب السنوى ٩١ / ١٩٩٢ (القاهرة ١٩٩٢) ص ١٢٢.

(١٦) سامى عبد الرؤوف طايع ، مرجع سابق ، ص ٧٧ ، ٨١.

(١٧) بيانات هذا الجدول مستقاة من الدراسة السابق الإشارة إليها صفحة ص٨٦ - ٩١ - ١٠٨ - ١٠٩ علما بأن جميع النسب التفصيلية الخاصة بكل جريدة أو مجلة على حدة منسوبة إلى إجمالى عدد صفحات هذه الجريدة أو المجلة ، أما النسب الإجمالية فمنسوبة إلى إجمالى مساحات الصفحات لكل مجموعة منهما .

(١٨) الحسينى الديب ، الإعلان الإعلامى فى الصحافة المصرية ، دراسة نظرية متطبقة (القاهرة : الأنجلو المصرية، ١٩٨٩) ص ٦ - ٨.

(١٩) بسيونى حمادة ، دور وسائل الاتصال المصرية فى صناعة القرارات : دراسة تطبيقية على صانعى القرار فى مصر ، رسالة دكتوراه غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩١) ص ٢٩٦ - ٣٠٦.

(٢٠) اتحاد إذاعات الدول العربية ، مرجع سابق ، ص ٨١.

(٢١) هويدا مصطفى ، القيم التى نعكسها إعلانات الشبكة التجارية فى الإذاعة المصرية وإرتباطها بخطة الحالية - دراسة تحليلية على عينة من إعلانات إذاعة الشرق الأوسط ، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٨٨) ص ٥٤ .

(٢٢) مثل بلجيكا - الدانمارك - السويد - النرويج .

(٢٣) المرجع السابق ، ص٥٣ - ٥٤.

(٢٤) : نحو الصحافة المتقدمة : نظرة عربية على الصحافة اليابانية " ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد ٥٩ ، ابريل - ١٩٩٠.

(٢٥) هويدا مصطفى ، مرجع سابق ، ص ٥٤.

(٢٦) خليل صابات ، الإعلان : تاريخه - أسسه وقواعده - فنونه وأخلاقياته (القاهرة : الأنجلو المصرية ، ١٩٨٧) ص ٦٢ - ٦٥.

(٢٧) إعلانات صينية ، جريدة الأهرام ، ١٩٩٣/٦/٧.

(28) Jean Marie Charon, Le presse en France de 1945 a nos jours, Edition due seuil, Fevner. 1991. P. 105-1087.

(٢٩) هو د. سيد أبو النجا في : إعلانات الصحف دخلت قفص الإتهام ' جريدة أخبار اليوم ، ١٩٨٨/٣/١٩ - وقد تقلد العديد من المنصب الخاصة بإدارة الصحف من مؤسسة لأخرى طوال خمسين عاما بدءا من إدارة جريدة المصرى عام ١٩٤٣ ومرورا بمؤسسة أخبار اليوم ثم دار المعارف ثم ومؤسة الأهرام .

(٣٠) هو أ. طلعت زهيرى ، رئيس مجلس إدارة مؤسسة أخبار اليوم سابقا.

(٣١) صليب بطرس و الإنفاق الإعلانى ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد ٤٥ ، أكتوبر - ديسمبر ١٩٨٦ ، ص ٥١ - ٥٢.

(32) Jean Marie Charon,op. cit. P. 108.

(٣٣) عبد الله البارى ، خواطر فى بلاط صاحبة الجلالة (القاهرة : المكتب المصرى الحديث ، ١٩٨٤) ص ٧٢.

(٣٤) لمزيد من الأمثلة علي هذه الصحف ، انظر صليب بطرس ، الإنفاق الإعلانى المرجع رقم (٢٤).

(٣٥) " تحديات المستقبل فى الإعلان والتسويق فى العالم لعربى " مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد ٥٧ ، اكتوبر - سبتمبر ١٩٨٩.

(٣٦) سامية أحمد جابر ، الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث : النظرية والتطبيق (الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤) ص ٥٣.

(٣٧) هويدا مصطفى مرجع سابق ، ص ٦٧.

(٣٨) جريدة الأهرام ، ١٩٩٣/٨/١٧.

(٣٩) هو الناقد محمد صالح ، فى عموده اليومى : ميكرفون " جريدة الأهرام ، ١٩٩٣/٣/١٢.

(٤٠) ابراهيم نافع ، الصحافة المصرية . آفاق ، وهموم ومستقبل (١) ، جريدة الأهرام . ١٩٩٨/٤/٢٩.

(٤١) " بورصة الأخطاء فى الصحافة المصرية " ، مجلة الصحفيون ، العدد الثالث ، أبريل ١٩٩٠ .

(٤٢) جريمة اسمها الإعلان الكاذب " جريدة الأهرام . ١٩٨٦/١٢/١٢٣.

(٤٣) " تراجع غير مفهوم "، جريدة الأهرام ، ١٩٩٣/٣/١٥.

(٤٤) " تحديد الضوابط بين الإعلام والأعلان " جريدة الأهرام ، ١٩٩٣/١/٣١.

(٤٥) الباحث الدكتور بسيونى حمادة ، مرجع سابق.

(٤٦) المرجع السابق ص ٤٠٦.

(*) ويسوق الباحث حادثة " إحالة جميع رؤساء تحرير الصحف القومية والحزبية للتحقيق فى هذا الشأن ومع ذلك لم

يصدر القرار الصحفي بقطع علاقة هذه الصحف بهذه الشركات إعلانياً ، وهي العلاقة التي كانت الأهم في دعم الأخيرة عن طريق نشر أكبر كم ممكن من الإعلانات عنها (هوامش الفصل ، ص ٤٦٦).

(٤٧) المرجع السابق ، ص ٤١٢ - ٤٢٠.

(٤٨) جريدة الأخبار ، ١٣/ /١٩٨٨ وكذلك جريدة الأهرام ، نفس التاريخ.

(٤٩) انظر جريدة الأهالي ، العدد بتاريخ ١٩٨٧/١٢/٢٣ ، وكذلك العدد ٣٣٧ بتاريخ ١٩٨٨/٣/٢٢.

(٥٠) بتاريخ ١٩٨٦/٢/٢٥.

(٥١) بتاريخ ١٩٨٦/٢/٢٥.

(٥٢) بتاريخ ١٩٨٦/١١/٢٩.

(٥٣) انظر جريدة الأخبار بتاريخ ١٩٨٦/١٢/١٩.

(٥٤) بتاريخ ١٩٨٧/١/١٠.

(٥٥) بتاريخ ١٩٨٨/٥/٧.

(٥٦) بتاريخ ١٩٨٨/٦/٢٣.

(٥٧) لمزيد من التفصيل على سبيل المثال انظر :

- جريدة اسمها الإعلان الكاذب ، أخبار اليوم ، ١٩٨٦/١٢/١٣.
- " يوميات الأهرام " ١٩٨٦/٤/٧.
- الإعلان في الصحف ليس حقا مطلقا بلا قيود " الأخبار ، ١٩٨٦/١٢/١٩.
- إعلانات الصحف دخلت قفص الاتهام " الأهرام ، ١٩٨٨/٣/١٩.
- " الاختراق " الصحفيون " العدد ٨ - ١٢ ، يناير ١٩٩١.

(٥٨) انفردت بنشر هذا العمود الجريدة الأحرار في ١٩٨٦/٣/١٣.

(٥٩) الحسيني الديب ، مرجع سابق ص ١٧٥.

(٦٠) " لماذا لا يصدقون " ، جريدة الأهرام ، ١٩٨٦/٣/١٦.

(٦١) " يوميات " ، جريدة الأهرام ، ١٩٨٦/٣/١٦.

(٦٢) " في الجمهورية أزمة بسبب فلوس الشيخ الفاسي " ، جريدة الشعب ، ١٩٨٧/١/٦.

(٦٣) البوتيكات التليفزيون الخاصة ، جريدة الأهرام ، ١٩٩٣/٣/١٢.

(٦٤) " التليفزيون بين الإعلام والإعلان ، جريدة الأهرام ، ١٩٩١/٥/١٩.

(٦٥) " تراجع غير مفهوم " جريدة الأهرام ، ١٩٩٣/٣/١٥.

(٦٦) " ترشيد الإعلان التليفزيوني " جريدة الأهرام ، ١٩٩٣/٣/٩.

' استغلال أطفالنا فى الإعلانات التليفزيونية .. حذار " ، جريدة الأهرام ، ١٢/٥/١٩٩٢.

(٦٧) بنيامين تريجو ، جون زيمرمان ، ترجمة إبراهيم على البرلسى ، استراتيجية الإدارة العليا : ما هيتها وكيفية تشغيلها ، (القاهرة : الانجو المصرية ، ١٩٨٥) ص ١١ - ١٢.

(٦٨) حيث تناولنا " المضمون " تفصيلا فى الجزء الخاص " بالإعلان كمصدر مالى : من هذه الدراسة.

(٦٩) المرجع السابق ، ص ١٥.

(٧٠) " تحديات المستقبل فى الإعلان ... " مرجع سابق.

(٧١) صليب بطرس ، جدلية الربح فى صناعة الصحافة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، العدد ٥٩ ، أبريل - يونيو ١٩٩٠.

(72) L'Association des Agences conseils en Publicite.
E.PP, 16, 12. 1974.

(٧٤) ابراهيم نافع ، الصحافة المصرية ، آفاق وهموم ومستقبل (٤) جريدة الأهرام ، ٢٠/٥/١٩٨٨.

(٧٥) صليب بطرس ، الصحافة في عقدين ١٩٦٠ - ١٩٨٠ (القاهرة : المركز العربى للصحافة أهلا ، ١٩٨١)

(٧٦) الملكية الفردية للصحف هى الحل .. ولكن ليس الآن ، مجلة الصحفيين ، العدد ٢ ، مارس ١٩٩٠.

(٧٧) اتحاد إذاعات الدول العربية ، مرجع سابق ، ص ٢١٦.

(٧٨) المرجع السابق ، الصفحة نفسها.

(79) Jean Marie CHARON, op. cit . 109.113.

(٨٠) الإعلان والصحافة المصرية " مجلة الصحفيين ، العدد ٤ مايو ١٩٩٠.

(٨١) " مناقشات ساخنة فى جلسات الاستماع" مجلة الصحفيون ، العدد ٨ - ١٢ ، يناير ١٩٩١.

(82) Jean Marie CHARON, op. cit .P. 104 - 108.

(٨٣) " الإعلان والصحافة المصرية ، مجلة الصحفيون " مرجع سابق .

(٨٤) " تحديات المستقبل فى الإعلان " ، مرجع سابق.

(٨٥) اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، الكتاب السنوى ٩٠ / ١٩٩١ ، مرجع سابق ، ص ١٩٥.

(٨٦) كانت جريدة التايمز اللندنية أحد النماذج المعاصرة لمثل هذه الصراعات عام ٧٨ - ١٩٧٩.

(87) Jean Marie CHARON, op. cit .P. 164. 187. 195 - 196.

(٨٨) " مناقشات ساخنة ... " مجلة الصحفيون ، مرجع سابق.

(79) Jean Marie CHARON, op. cit .P. 113.

الاتجاهات الحديثة

في

تحليل المضمون

د. حسني محمد نصر

قسم الصحافة - كلية الإعلام

الاتجاهات الحديثة فى تحليل المضمون

يوصف تحليل المضمون بأنه أداة أو أسلوب من أدوات وأساليب منهج المسح. ويستخدم مثل الادوات البحثية الأخرى لهذا المنهج ، كالاستبيان والملاحظة والتجربة الميدانية وجماعات النقاش المركزة فى جمع وتحليل البيانات والمعلومات. فاذا كان الاستبيان والمقابلات غير المقننة وجماعات النقاش المركزة والملاحظة والتجريب الميدانى هى ادوات مسح الرأى العام وجمهور وسائل الإعلام والقائم بالاتصال ، وإذا كان التحليل الوثائقى الكيفى هو أداة جمع البيانات والمعلومات فى مسح وسائل الإعلام ومسح أساليب الممارسة ، فإن تحليل المضمون هو الاداة الرئيسية التى تستخدم فى تحليل مضمون الرسالة الإعلامية سواء كانت مطبوعة أو مسموعة أومسموعة مرئية . ويوضح الجدول التالى مكانة تحليل المضمون ضمن أدوات البحث الإعلامى الاخرى.

محور البحث	الأدوات الرئيسية	الأدوات المساعدة
المرسل (القائم بالاتصال)	- الاستبيان. - المقابلات المفتوحة. - جماعات النقاش المركزة - الملاحظة المقصودة.	- تحليل الوثائق (التاريخ للأشخاص) - تحليل المضمون.
الرسالة	- تحليل المضمون. - التحليل الكيفى.	- الاستبيان مع منتجى الرسالة. - المقابلات المفتوحة (تفسير النتائج). - الملاحظة بالمشاركة.
الوسيلة (وسائل الإعلام)	- تحليل الوثائق. - المقابلات المقننةوالمفتوحة. - الملاحظة. - تحليل المضمون.	

محور البحث	الأدوات الرئيسية	الأدوات المساعدة
الجمهور (الرأى العام وجمهور وسائل الإعلام)	- المقابلات المقننة والمفتوحة. - جماعات النقاش. - الملاحظة - التجريب الميدانى	تحليل المضمون (بحوث وضع الاجندة).
التأثير(تأثيرات وسائل الإعلام)	- تحليل المضمون. -المقابلات المفتوحة والمقننة - الملاحظة. - التجريب الميدانى.	

ويوضح الجدول السابق ان تحليل السابق ان تحليل المضمون يتقدم ليكون أداة البحث الرئيسية فى بحوث مضمون وسائل الإعلام .. ويتراجع ليكون أداة البحث الرئيسية فى بحوث تأثير وسائل الإعلام.. وأداة بحثية مساعدة فى بحوث القائم بالاتصال وبحوث الجمهور والرأى العام.

ماهية تحليل المضمون :

إذا أردنا تحليل محتوى وسائل الإعلام بطريقة مفهومة وسائل الإعلام بطريقة مفهومة واقل انحيازاً وذاتية وانتقائية فإننا بلا شك نحتاج إلى أسلوب نظامى. وتحليل المضمون هو هذا الأسلوب المطلوب كونه يقدم تحليلا موضوعيا لمضمون وسائل الاتصال. ويعد الأسلوب الأساسى الأقرب إلى الموضوعية لدراسة المضمون الإعلامى.

وبوصفه أداة من أدوات منهج المسح الإعلامى يتميز تحليل المضمون بتاريخه الطويل نسبيا وارتباطه الوثيق ببحوث الإعلام. وقد أشار « كريبندروف » إلى دراسة سويدية أجريت فى القرن الثامن عشر واستخدمت تحليل المضمون فى تحليل ٩٠ نصا دينيا مطبوعا "ترانيم" للكشف عن مؤلفيها. وفى القرن الحالى فإن الاستخدامات الأولى لتحليل المضمون إنصبت على تحليل الدعاية . فمن خلال تحليل مضمون الإذاعة الألمانية إستطاعت أجهزة مخابرات الحلفاء مراقبة وفى بعض الحالات التنبؤ بتحركات القوات الألمانية وخططها الهجومية القادمة ومواقعها. ومن الواضح أن هذا

الاستخدام كان يستهدف الكشف عن نوايا مرسل الرسالة الإعلامية وقد تطور الأمر ليشمل استخدام تحليل المضمون للكشف عن القيم الاجتماعية والثقافية التى تقف وراء مضمون إعلامى معين.

العوامل التى ساعدت فى تطور وازدهار تحليل المضمون كأداة بحثية :

١ - اتجاه عدد من علماء الاجتماع البارزين إلى استخدامه والاعتماد عليه لبحث ومتابعة التغيرات الاجتماعية وتوظيفه فى محاولاتهم التوصل إلى ووضع مؤشرات ثقافية كمية طويلة المدى مشابهة للمؤشرات الاقتصادية والسياسية التى وضعها علماء الاقتصاد والسياسة . ففى عام ١٩١٠ قدم "**ملكس فيبر**" اقتراحاً بإجراء دراسة منتظمة وطويلة المدى تمزج بين مضمون التغطية الصحفية للقضايا السياسية والاجتماعية وبين المسح الميدانى لاتجاهات الرأى العام نحو نفس القضايا وذلك لقياس الارتباط بين مضمون الصحف وبين اتجاهات الرأى العام [١]. وفى عام ١٩٣٠ دعا "**هارولد لاسويل**" إلى إجراء تحليل مضمون مستمر لتغطية وسائل الإعلام لمختلف القضايا الاجتماعية بغية التوصيل إلى وتحديد العوامل التى تساهم فى تشكيل الرأى العام [٢]. وفى عام ١٩٤٩ نشر " **لاسويل** " مؤلفه الشهير " **لغة السياسة** " وأكد فيه على أهمية الأساليب الكمية فى تحليل المضمون مع الاهتمام فى نفس الوقت بالتحليل الكيفى ، ولذلك يعتبر " **لاسويل** " من الرواد الذين اسهموا فى تطوير أسلوب تحليل المضمون وإجراءاته المنهجية واستخداماته[٣].

٢ - تزايد بقوة وسائل الإعلامى فى فترة ما بين الحربين العالميتين وتزايد الاهتمام بقياس تأثيرها فى النظم الاجتماعية والسياسية والصرعات الدولية، خاصة بعد التوسع فى استخدام الراديو.. الأمر الذى كان يحتم استخدام أدوات بحثية مناسبة توفر قدرا من الموضوعية لدراسة مضمون هذه الوسائل .

٣ - نجاح البحوث التى جمعت بين تحليل المضمون الكمي وبين أدوات بحثية أخرى مثل المسح الميدانى والتجربة والملاحظة بالمشاركة والتحليل الكيفي، وقد نما هذا الاتجاه وازدهر فى النصف الثانى من القرن العشرين ومن ابرز الدراسات التى استخدمته دراسة " **جربنر** " التى حلل فيها مضمون برامج التليفزيون الأمريكى لاستخلاص الموشرات الثقافية السائدة فى المجتمع الأمريكى[٤]. وقد جمعت دراسات جربنر فى هذا السياق بين تحليل مضمون برامج التسلية فى

التليفزيون وبين مسح اتجاهات ومعتقدات الجماهير لاختبار دور التليفزيون فى فرض رؤية معينة للعالم على مشاهديه (٥).

٤ – ظهور وتطور أنواع جديدة من البحوث الإعلامية تعتمد على تحليل المضمون كأداة بحثية رئيسية إلى جانب أدوات أخرى. فعلى سبيل المثال ساهمت بحوث وضع الأجندة Agenda Setting التى تختبر العلاقة بين قائمة أولويات القضايا المثارة فى وسائل الإعلام وبين قائمة اهتمامات الجمهور فى تزايد اعتماد الباحثين على تحليل المضمون لتحديد أجندة وسائل الإعلام. ومن أمثلة هذه الدراسات التى جمعت بين تحليل المضمون وبين المسح الميدانى للجمهور دراسة « روجرز وديرنج » حول بحوث وضع الأجندة (٦).

٥ – ظهور وازدهار بحوث ودراسات التدفق الإعلامى الدولى التى ارتبطت بالجدل العالمى الذى دار حول عدم التوازن فى ترفق المعلومات والأخبار بين العالم المتقدم والعالم النامى وإقامة نظام إعلامى عالمى جديد ، وظهور مصطلحات جديدة مثل الإمبريالية الثقافية والإعلام التنموى والعولمة (٧) تستلزم استخدام تحليل المضمون ليس فقط كأداة لتحليل مضمون ليس فقط كأداة لتحليل مضمون وسائل الإعلام ولكن أيضا كأداة مساعدة فى دراسة الموسسات الإعلامية والقائمين بالاتصال ومصادر الأخبار والمعلومات إلى جانب الأدوات البحثية الأخرى مثل الملاحظة والمقابلة.

تحليل المضمون : المفهوم

أولا : المفهوم

يركز قطاع كبير من الباحثين وأساتذة مناهج البحث ممن كتبوا فى تحليل المضمون على الدوام على استعراض تطور تعريفات تحليل المضمون ، على أساس أن هذا التطور نفسه يشرح تاريخ هذا الأسلوب البحثى والنقاط الفاصلة فيه. وفى رأينا أنه يجب الفصل بين مفهوم تحليل المضمون وبين تاريخه لسبب بسيط وهو أن متابعة تطور المفهوم لا يقدم جديدا على مستوى المفهوم نفسه . فمراجعة التعريفات التطورية لتحليل المضمون لا تشير بالإجمال إلى اختلاف جوهرى بين أول وأخر مفهوم إلا فى أضيق الحدود ، فهو فى غالبية التعريفات من هذا النوع أسلوب أو أداة أو بالأكثر منهج للتحليل الكمى المنتظم والموضوعى لمضمون الاتصال.

ويركز قطاع أخر من الباحثين وأساتذة المناهج على مقارنة تعريفات تحليل المضمون فى

ثلاث مدارس علمية هى المدرسة الأمريكية " موطن تحليل المضمون " والمدرسة الفرنسية ومدرسة العالم الثالث ، انطلاقا من فرضية أن لكل مدرسة نظرتها المختلفة وبالتالى تعريفها المختلف لتحليل المضمون. والواقع أن هؤلاء الباحثين لم يستطيعوا إثبات صحة هذه الفرضية ، إذ أن التعريفات التى قدموها من المدارس الثلاثة لا تختلف في الجوهر ، فهو فى المدرسة الأمريكية "أحد الأساليب البحثية التى تستخدم فى تحليل المواد الإعلامية ..." ، وفى المدرسة الفرنسية "أسلوب للوصف الموضوعى المنتظم الكمى لمضمون الاتصال " ، وفى مدرسة العالم الثالث "وسيلة من وسائل جمع البيانات وأسلوب من أساليب تحليل الصحافة.... " (٨).

وفى رأينا أن المدخلين السابقين فى تعريف تحليل المضمون يحدان - فى حال الارتكان إليهما - من قدرة الباحثين - خاصة فى المدارس الإعلامية العربية - من تطوير مفهوم لتحليل المضمون يستند فى الأساس على نتائج الممارسة وليس على المفارقات فى المعنى أو تجميع اكبر قدر من التعريفات التاريخية. فالثابت أن تحليل المضمون الذى يستخدمه باحث أفريقى هو نفسه الذى يستخدمه باحث أمريكى أو فرنسى أو مصرى .. الخ ولكن طبيعة الممارسة والإضافات التى يمكن أن تكشف عنها هذه الممارسة هى التى قد تميز باحث عن أخر أو مدرسة عن أخرى .

ولعل من أكثر المفاهيم الكلاسيكسة الخاصة بتحليل المضمون هو المفهوم الذى قدمه برنارد بيرلسون فى كتابه " تحليل المضمون فى بحوث الإعلام المنشور فى عام ١٩٥٢ ، " تحليل المضمون هو أسلوب بحث يستهدف الوصف الكمى والمنتظم والموضوعى للمضمون الظاهر للاتصال " (٩).

ومع تعدد التعريفات التى قدمها علماء وباحثى الاتصال وغيرهم من الباحثين فى العلوم الاجتماعية والإنسانية الذين استخدموه فى بحوثهم فإننا نلاحظ التداخل الواضح بين تعريف تحليل المضمون كمصطلح كما قدمه بيرلسون فى التعريف السابق وبين وظائف تحليل المضمون وشروطه العلمية. فقد ركز البعض فى تعريفهم لتحليل المضبمون على الوظائف التى يمكن أن يقوم بها. وعلى سبيل المثال فان ليتس وبول يركزان على أنه الأسلوب البحثى الذى يغطى متطلبات تحليل الخصائص اللغوية أو الدلالية للرموز الاتصالية المستخدمة وتحديد تكرارات ظهور هذه الخصائص بدرجة عالية من الضبط الدقيق المحكم. بينما يشير كابلان وجولدن سن إلى طريقة إجراء التحليل على أساس أن تحليل المضمون يعنى عمل تصنيف كمى لمضمون معين على أساس نظام معين للفئات (١٠).

ومن التعريفات الأقرب إلى الدقة ما قدمه كلوز كريندورف : " تحليل المضمون هو أحد

الأساليب البحثية التى تستخدم فى تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى دلالات صحيحة ومطابقة فى حالة إعادة البحث " (١١).

وقد قدمت المدرسة العربية في بحوث الإعلام تعريفات متعددة ومتشابهة لتحليل المضمون. ومن هذه التعريفات المجمل الذى قدمه **د. سمير حسين** فى أول مؤلف عربى يخصص لهذا الأسلوب البحثى ، وهو كتاب " تحليل المضمون ". ونظرا للطول النسبى لهذا التعريف فإننا نوجزه فى عدد من النقاط هى :

تحليل المضمون هو :

- **تصنيفه العلمى :** أسلوب أدواة للبحث العلمى ..
- **مجالات استخدامه :** يمكن أن يستخدمه الباحثون فى مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص فى علم الإعلام.
- **أهدافه المرحلية :** وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المواد تحليلها ..
- **أهدافه النهائية :** وصف المادة الإعلانية التى تعكس السلوك الاتصالى العلنى للقائمين بالاتصال ... أو اكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية للمرسل .. أو التعرف على مقاصد القائمين بالاتصال.
- **شروطه :** الاعتماد على الأسلوب الكمى فى جمع وتبويب وتحليل البيانات - أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة ووفق أسس منهجية ومعايير موضوعية (١٢).

وتتبنى **(عواطف عبد الرحمن)** تعريف المدرسة الفرنسية لتحليل المضمون بكونه أسلوب للوصف الموضوعى المنتظم الكمى لمضمون الاتصال (١٣).

أما **(نادية سالم)** فننظر فى تعرفها إلى تحليل المضمون على انه " أداة منهجية للدراسة الكمية والكيفية لمضمون وسيلة اتصال .. وهو أداة لملاحظة ووصف مادة الاتصال وأداة لاختبار فروض معينة عن مادة الاتصال وأداة للتنبؤ " (١٤).

ويتبنى محمد الوفائى تعريفا لتحليل المضمون مستمد من تعريف ببرلسون ، إذ يقول أن تحليل المضمون " طريقة مقننة وليست منهجا كما شيميه البعض فهو ليس منهج تفكير وإنما هو وسطلة لجمع البيانات وأسلوب للملاحظة أو المشاهدة أو تتبع الظاهرة بغرض تحليلها والخوج بتعميمات أو الإجابة عن تساؤلات أو جمع معلومات لرصد ظاهرة " (١٥).

ويذهب (**عبد الباسط حسن**) إلى أن تحليل المضمون هو وسيلة من وسائل جمع البيانات للحصول على المعلومات التي تساعد الباحث على تحليل محتوى المادة التى تقدمها وسائل الاتصال الجمعى والمجلات والكتب وأفلام السينما وبرامج التليفزيون[١٦].

ويشير (**محمد ناجى الجوهر**) فى الترجمة التى قدمها لكتاب " تحليل مضمون الإعلام " إلى تحليل المضمون على انه أسلوب يمكن استخدامه فى دراسة مضمون أى كتاب أو مجلة أو صحيفة أو قصة أو مقالة أو فيلم سينمائى أو نشرة إخبارية أو صورة أو كاريكاتير أو جميعها معا " (١٧).

مما سبق نستطيع أن نقوم إن تحليل المضمون بصفة عامة هو أداة من أدوات جمع وتحليل البيانات من النصوص سواء كانت إعلامية أو غير إعلامية بطريقة كمية ومنظمة. وفى مجال بحوث الإعلام فان تحليل المضمون هو أداة لجمع وتحليل البيانات الخاصة بمحتوى وشكل الرسالة الإعلامية سواء كانت شفهية أو منسوجة أو مطبوعة أو مسموعة أو مرئية. ويعنى هذا أن تحليل المضمون ليس منهجا قائما بذاته ولا يستطيع وحده اختيار العلاقات المتبادلة أو بناء نظرية فى الاتصال.

الإشكاليات المرتبطة بتحليل المضمون:

أثار تحليل المضمون كأسلوب بحثى فى العلوم الاجتماعية وعلوم الإعلام عددا من الإشكاليات النظرية تتمثل فى :

– عدم إمكانية عزل المضامين الإعلامية المحللة عن سياقاتها الاجتماعية والسياسية والثقافية والعوامل المؤثرة فى المنتج الإعلامى. واختلاف طرق فهم المضمون وتفسيره بين الناس. وتتمحور هذه الإشكالية كما يقول هانسن فى التساؤل الدائم حول المعنى والدلالة وإلى أى مدى يمكن عزل المعنى من النص وهل يركز التحليل على المعنى كما قصده المرسل أم المعنى كما فهمه القارئ أو المشاهد المستمع من النص [١٨].

– هل يقتصر تحليل المضمون على وصف المضمون الصريح والمحتوى الظاهر للمادة الإعلامية أم يسعى إلى كشف النوايا الخفية التى يعبر عنها المضمون أو التى يستهدفها المرسل ؟ ويرى **سمير حسين** أن الجدل حول هذه النقطة ليس له مبرر على أساس أن تحليل المضمون ليس مسئول عن كشف النوايا الخفية باعتباره خطوة جزئية من خطوات البحث العلمى الإعلامى [١٩]. إذ

يجب ربط نتائج تحليل المضمون بنتائج أدوات أخرى مثل التحليل الوثائقى والملاحظة والتجربة والاستبيان. وإذا كنا نتفق مع (**د. سمير حسين**) فى ذلك إلا إننا نختلف معه فيما أورده بعد ذلك من أن تحليل المضمون يحقق الهدفين معا ، أى وصف المضمون الظاهر وكشف النوايا الخفية للمضمون. فهذا الحكم يخالف ماسبق ذكره. كما نختلف مع محمد عبد الحميد الذى اتجه التى تعريف تحليل المضمون على أنه " مجموعة خطوات منهجية تسعى إلى اكتشاف المعانى الكامنة فى المحتوى ... " (٢٠).

وفى رأينا أن إسهام تحليل المضمون ينحصر فى وصف المضمون الظاهر أما هدف كشف النوايا الخفية فيتطلب استخدام أدوات بحثية أخرى إلى جانب تحليل المضمون لتحقيقه. فإذا استنتجنا عبر استخدام تحليل المضمون أن الصحيفة (أ) تولى اهتماما للقضية (س) يفوق اهتمام الصحيفة (ب) بنفس القضية فان تفسير ذلك يتطلب جمع بيانات ومعلومات تاريخية عن الصحيفتين وبيانات ميدانية من المسئولين بالصحيفتين. فدور تحليل المضمون يتوقف عند حد الوصف الظاهرى وتحديد حجم ونوعية الاهتمام ولا يتجاوز ذلك إلى الإجابة عن سؤال لماذا . فتحليل المضمون ليس هدفا فى حد ذاته ولا يجب أن يكون وإنما هو إحدى وسائل وأساليب جمع وتحليل البيانات عن المضمون الإعلامى الظاهر. وهو حسب تعبير (**سمير حسين**) لا يعطى نتائج نهائية وإنما يعطى نتائج جزئية يمكن استخدامها فى التوصيل إلى النتائج العامة"(٢١).

- تحليل المضمون يجب أن يكون كميا فقط ولا يجب الخلط بينه وبين التحليل الكيفى. فطبيعة تحليل المضمون أن يكون كميا أما التحليل الكيفى للنصوص فإن لها أدوات وأساليب أخرى. والواقع أن البعض يعتبر اقتصار تحليل المضمون عيبا رئيسيا فى هذا الأسلوب البحثى ولذلك يدعو إلى توسيع نطاق ليقوم بمهمة التحليل الكيفى أيضا. وعلى سبيل المثال فإن (**عواطف عبد الرحمن**) تطرح السؤال التالى : " كيف يمكن الجمع بين مزايا الأسلوبين الكمى والكيفى فى دراسات تحليل المضمون .. ؟ وهل يمكن تحقيق ذلك فى المجال التطبيقى؟. وتجيب قائلة : " تكمن إمكانية الجمع بين التحليل الكمى والتحليل الكيفى فى استخدام الأسلوب الكيفى فى تكوين الانطباعات العامة عن المادة وتشكيل الفروض التى يتم اختبارها بعد ذلك بواسطة الأسلوب الكمى ، وتضيف " ولا شك أن الجمع بين الأسلوبين يعطى الباحث الفرصة للانتفاع بمزاياهما ولا يعانى من عيوب كل منها على حدة " (٢٢). وفى رأينا أنه يمكن الجمع بين الأسلوبين فى الدراسة الواحدة كأن نجمع بين تحليل مضمون المادة الصحفية وبين الملاحظة بالمشاركة فى غرفة التحرير والمقابلات

المفتوحة مع المحررين . أما الجمع بينهما فى تحليل المضمون فانه يهدم الهدف من تحليل المضمون كما يقلل من شأن أدوات جمع البيانات الأخرى. فتحليل المضمون أداة كمية فى الأساس ولا يمكن تطويعها للتحليل الكيفى الذى له أدوات أخرى لا تقل أهمية عن تحليل المضمون ، ثم أن تكوين الانطباعات العامة وتشكيل الفروض هى مراحل وخطوات بحثية تسبق تحليل المضمون ولا يمكن إدماجها فيه ولا يحتاج كل منها إلى استخدام أدوات تحليلية مثل تحليل المضمون فيها .

- وعلى هذا فان الإشكالية التى يثيرها بعض الباحثين حول التحليل الكمى والكيفى فى تحليل المضمون ليس لها ما يبررها إذا نظرنا إلى تحليل المضمون كأداة للتحليل الكمى فحسب وإذا أدركنا أن التحليل الكيفى له أدواته الخاصة فى جمع وتحليل البيانات مثل تحليل الوثائق والمقابلة المفتوحة وجماعات النقاش المركزة والملاحظة بالمشاركة ودراسة الحالة ، بل وأصبح له برامج كمبيوتر خاصة لإنجازه. (راجع الفصل الخاص باستخدام الكمبيوتر فى بحوث الإعلام). أما المقارنة الحقيقية بين الأسلوبين الكمى والكيفى فإنها تتعدى حدود تحليل المضمون ولكل منهما طبيعته واستخداماته وأساليب تحليله.

- تحليل المضمون منهج أم أداة ؟

على خلاف الباحثين الغربيين .. شغل الباحثون العرب كثيرا بمحاولات إصدار حكم يصف الواقع الحقيقى لتحليل المضمون وهل يرقى إلى درجة المنهج أم أنه أداة تابعة لمنهج أخر. ويمكن القول إن **(سمير حسين)** قد حسم - من وجهة نظرنا - هذا الجدل عندما قال : " إن تحليل المضمون ليس منهجا قائما بذاته وإنما هو مجرد أسلوب أو اداة يستخدمها ضمن أساليب وأدوات أخرى فى منهج متكامل هو منهج المسح فى الدراسات الإعلامية "(٢٣).

فى المقابل فان « **نادية سالم** » قد نظرت إلى تحليل المضمون باعتباره منهجا وأداة فى نفس الوقت ، ويرى « **محمد عبد الحميد** » أن تحليل المضمون منهج فى حد ذاته يصلح لتحقيق الفروض العلمية ويصلح لتفسير النتائج وإجراء المقارنة بينما تتخذ عواطف عبد الرحمن موقفاً وسطا وترى أن تحليل المضمون يمكن اعتباره منهجا مساعدا لكونه لا يستطيع أن ينهض بمفرده ببحث كامل ولابد من الاستعانة إلى جانبه بمناهج أخرى اكثر رسوخا من الناحية المنهجية مثل المنهج التاريخى والمقارن(٢٤).

والواقع أننا نميل إلى تبنى رؤية « **سمير حسين** » التى تؤكد أن تحليل المضمون ما هو إلا أداة من أدوات منهج المسح الإعلامى مثله مثل الاستبيان ، من منطلق أنه يصف المضمون

الظاهر ويحتاج إلى أدوات أخرى لتفسير نتائجه ووضعها فى سياقها الإعلامى والاجتماعى والسياسى الصحيح .

ورغم الانتقادات العديدة الموجهة إليه منذ بدء استخدامه وحتى اليوم إلا انه يبقى الأداة الأكثر استخداما فى الدراسات الإعلامية. فقد انتقده البعض بسبب طبيعته الكمية وتجزئته النص الإعلامى والانطباع الإيجابى السائد عن موضوعيته بالإضافة إلى افتقاده أطر نظرية تدعمه (راجع ©Kracauer,1952 للتعريف الانتقادات المبكرة لتحليل المضمون ، وراجع أيضا (Burgelin,197) (sumner,1979). ويضيف البعض إلى الانتقادات السابقة عدم توافق تحليل المضمون مع المداخل الكيفية مثل التحليل البنائى وتحليل الخطاب. وفى رأينا أن تحليل المضمون يجب أن يتم إثراؤة فى الدراسة بالأطر النظرية التى يمكن أن تقدمها المداخل الكيفية خاصة وانه يتفوق على هذه المداخل باعتباره أداة شديدة الصرامة ومقننة ونظامية وهو ما لا يتوافر فى معظم المداخل الكيفية [٢٥].

الشروط الثلاثة لتحليل المضمون :

ينظر البعض إلى الموضوعية والكمية والنظامية على أنها مميزات لتحليل المضمون كأداة بحثية [٢٦]، بينما ينظر إليها البعض الآخر على أنها محددات أساسية ينبغى توافرها فى تحليل المضمون [٢٧]. ويعالج البعض الآخر هذه المحددات بوصفها قضايا إشكالية فى تحليل المضمون تثير شكوكا حول علميته كأسلوب بحثى [٢٨]. ورغم اختلاف التسميات والمنطلقات إلا أن هناك اتفاق عام على أن الموضوعية والكمية والنظامية هى أشياء يتميز بها تحليل المضمون دون الأدوات والأساليب البحثية الأخرى ، وفى نفس الوقت فإنها تمثل محددات أو شروط يجب الالتزام بها فى تحليل المضمون ، وبقدر ما تميز هذه المحددات تحليل المضمون بقدر ما يمثل إشكاليات يجب حلها والانتباه إليها.

١ - الموضوعية Objectivity:

الموضوعية التى تميز تحليل المضمون وتمثل شرطا أساسيا فيه هى أمر من المستحيل تحقيقه أو ضمانه فى البحث العلمى فى العلوم الاجتماعية والإنسانية " فالموضوعية فى تحليل المضمون مثلها مثل الموضوعية فى الأنواع الأخرى من البحوث هى مثالية مستحيلة. ويستند

القائلون باستحالة تحقيق الموضوعية المطلقة فى تحليل المضمون إلى :

١ - لا يمكن أبدا أن يكون تحليل المضمون موضوعيا وخال من تحيزات الباحث لأنه لا يحلل كل شئ يجب تحليله فى النص ، وبالطبع فـأنه ليس هنـاك قـدرة على ذلك كـمـا أنه ليس هناك داع لذلك.

٢ - أن تحليل المضمون يشمل تحيزات كثيرة بداية من اختيار نصوص معينة للتحليل واختيار وحدات وفئات التحليل.

والواقع أن الانتقادات الموجهة لهذا الشرط قد اكتسبت دعما كبيرا من جانب الباحثين الذين أيقنوا أن خلو تحليل المضمون من التحيز لم يكن هو المقصود إطلاقا فى المقام الأول فى تعريفات ومتطلبات تحليل المضمون. كما أن غالبية التعريفات الحديثة لتحليل المضمون قد أغفلت وتجاهلت الإشارة إلى الموضوعية كإحدى مميزات ومحددات وشروط تحليل المضمون وركزت فقط على شرط " النظامية Systematic " ، وشرط المطابقة (أى مطابقة النتائج فى حالة إعادة التحليل) أو ما يطلق عليه القابلية للتكرار Replicable (٣٠).

ولذلك فإنه بدلا من مطالبة الباحثين بتحقيق المستحيل أى تحقيق الموضوعية المطلقة فى تحليل الباحثين فان البعض يكتفى بالمطالبة بتحقيق أقل قدر من الانحاز عن طريق شرح وتوضيح الإجراءات التى تم اتباعها فى التحليل ، واتباع قواعد علمية محددة وواضحة ودقيقة ، واستبعاد التحيزات الشخصية للباحث قدر الإمكان فى جميع خطوات البحث(٣١).

٣ - الانتظام أو النظامية Systematic:

ويعنى هذا أن يكون لتحليل المضمون نظام ثابت أى مجموعة من الأجزاء المترابطة المتداخلة التى يعتمد كل جزء فيها على الجزء الأخر . وتتضمن هذه الأختبار أو استبعاد النصوص ووحدات وفئات التحليل وفقا لقواعد تطبيقية واضحة ومنسقة ، واختيار العينة التى يتم تحليلها بالطريقة العشوائية ، وكذلك انسجام اجراءات الترميز والتحليل ، ووضع دليل للتحليل واستبعاد التحليل الجزئى أو المتحيز . ويشير « **ويمر ودومنيك** » إلى النظامية فى تحليل المضمون تعنى ان عملية التقييم - أى تقييم المضمون موضع التحليل - يجب ان تكون منتظمة بمعنى ان جميع عناصر المضمون يجب أن تعامل تماما بنفس الطريقة وان يكون هناك دليل واحد للتقييم وتغيير الإجراءات التحليلية فى البحث الواحد يؤدى إلى فساد النتائج (٣٢).

الكميـــة:

وتعنى الكمية فى تحليل المضمون ضرورة وحتمية الاعتماد على العد والقياس واستخدام الأرقام ، فتحليل المضمون " وصف كمى ليس كيفيا بحتا "[٣٣] ، وهو " بحكم تعريفه اسلوب للوصف الكمى ، والهدف من استخدامه هو تحديد وعد تكرارات وورود سمات محددة فى النص"[٣٤] ، وتعنى الكمية أيضا أن ينتهى التحليل إلى بيانات ومعلومات يمكن التحكم فيها بالأساليب الرياضية والإحصائية مع عدم اعتبار التكميم هدفا فى حد ذاته ، والابتعاد عن الانطباعات ، وتوافر درجة عالية من الضبط والدقة فى النتائج ، والتمثل العالى الكافى للمواد المحللة.

ويثير البعض شكوكا متزايدة حول قدرية تحليل المضمون الكمى على التعبير الدقيق والشامل عن ما يحويه النص بالتالى قدرته على كشف كل معانى النص وكشف التأثيرات الاجتماعية للنصوص المحللة واختبار العلاقة بين نصوص وسائل الإعلام وبين الواقع الاجتماعى الحقيقى. " فخمسون عاماً من البحث الإعلامى تؤكد انه ليس هناك تلك العلاقة البسيطة بين محتوى وسائل الإعلام وبين المضامين الاجتماعية " [٣٥]. ولذلك يقال إن الكمية فى تحليل المضمون يقتصر إسهامها على تقديم مؤشرات رقمية لحضور وغياب المتغيرات الأساسية فى النصوص الإعلامية أما الاستنتاجات التى يمكن التوصل إليها من خلال هذه المؤشرات فإنها تخضع لإمكانات الباحث الفرد والسياق والأطر العامة التى تم فيها تحليل هذه النصوص.

كما يثير البعض الأخر شكوكا حول فاعلية عد وحدات النص وقياس معدلات تكرار كلمات أو عبارات معينة. إذ يقول " **بورجلين** " ليس هناك سبب لكى نفترض أن العنصر الذى يتكرر فى النص هو العنصر الأكثر أهمية أو الأكثر دلالة ، فأحيانا يكون المكان الذى ورد فيه العنصر فى بنية النص اكثر أهمية من عدد مرات تكراره ، كما أننا نحكم بان عنصرا فى النص أكثر أهمية من عنصر أخر لأنه ورد مرات أكثر أن يكون لدينا معيار محدد من خارج النص لعدد المرات التى يجب أن يتكرر فيها العنصر لكى نحكم بأنه اكثر أهمية " [٣٦].

ومع تسليمنا بصحة هذه الشكوك إلى حد كبير على أساس أن بعض البحوث التى تستخدم تحليل المضمون تتوقف عند حد العد وحصر التكرارات الكمية دون أن توضح دلالة العناصر والرموز فى النص الخاضع للتحليل ، إلا أن الاتجاهات الحديثة فى تحليل المضمون تشير إلى اهتمام غالبية البحوث بالربط بين التكرارات الكمية وبين دلالاتها ومعانيها . فإذا كان تحليل المضمون الكمى يجزئ النص فان الباحث غالبا ما يعيد تكوين الصورة الكاملة للنصوص المحللة بجمع الأجزاء مع بعضها واختبار العلاقات بين الأجزاء المختلفة ، والربط بين تكرار عناصر مختلفة والسياقات التى وردت فيها دلالة على ذلك.

والواقع أن الانتقادات والشكوك التى تحيط بتحليل المضمون وطبيعته الكمية ترجع فى الأساس إلى تجاهل حقيقة أن تحليل المضمون ما هو إلا أداة لجمع البيانات وتحليلها ، وان يتوقف عندها ليفسح المجال لأدوات بحثية أخرى ولقدرات الباحث الفرد على الربط والتفسير. والمشكلة أننا دائما نطلب من تحليل المضمون ونتوقع منه الكثير الذى لا يستطيع تقديمه.

ويضيف البعض إلى هذه الشروط شرط الحياد (وهو معادل للموضوعية) ، وشرط العمومية ويعنى ارتباط نتائج تحليل المضمون بالأطار النظرى للدراسة وأدوات البحث الأخرى[٣٧].

إجراءات تحليل المضمون :

يتم فى الغالب تقسيم عملية تحليل المضمون إلى عدد من الخطوات المترابطة. وقد اختلف الباحثون وأساتذة المناهج الذين كتبوا فى تحليل المضمون حول عدد هذه الخطوات ، فبينما حددها البعض فى أربع أو خمس خطوات فقد زادها البعض الأخر إلى عشرة خطوات. وعلى سبيل المثال أشار « يسنجلتارى » إلى ١٠ خطوات لتحليل المضمون هى :

١ – اختيار الموضوع.

٢ – تحديد العينة.

٣ – تحديد الوحدات التى ستيم عدها.

٤ – تشكيل الفئات .

٥ – الترميز.

٦ – تدريب المرمزين .

٧ – جمع البيانات .

٨ – قياس الثبات .

٩ – تحليل البيانات .

١٠ – كتابة النتائج [٣٨].

كما حدد "**روجرز ودومينيك** " عشر خطوات [٣٩] أيضا لتحليل المضمون جعل فيها اختيار العينة فى مرحلتين هما تحديد مجتمع العينة واختيار عينة ملائمة منها وباستثناء ذلك لا تختلف الخطوات التى حدداها عن خطوات "**سنجلتارى**" . فى المقابل فان هانسن وزملائه[٤٠] قد اختصروا خطوات تحليل المضمون فى ست خطوات فقط هى : تحديد مشكلة البحث ، واختيار عينة وسائل الإعلام ، وتحديد فئات التحليل وتحديد نظام الترميز ، واختبار جدول الرموز وقياس الثبات فى التحليل ، وأخيرا إعداد البيانات والتحليل .

وفى المدرسة العربية ربط "**سمير حسين** " بين الخطوات المنهجية لتحليل المضمون وبين الخطوات المنهجية للبحث العلمى [٤١]. ورغم ان خطوات تحليل المضمون العشرة التى حددها تتشابه مع الخطوات التى سبق ذكرها إلا أن ما يميزها هى الخطوة الثامنة الخاصة بربط نتائج تحليل المضمون – كنتائج جزئية – ببقية النتائج الأخرى التى تم التوصل إليها باستخدام أساليب وأدوات أخرى لوضع نتائج البحث فى صورتها النهائية.

الخطوات المنهجية المتعلقة بالمشكلة البحثية
١ – الاحساس بالمشكلة البحثية والاستدلال عليها .
٢ – تحليل المشكلة وتحديد صياغتها .
٣ – وضع الفروض العلمية أو التساؤلات البحثية .
تحديد اساليب جمع البيانات والمعلومات
القيام بالعمليات البحثية المختلفة.
تبويب البيانات وجدولتها
ربط نتائج تحليل المضمون ببقية النتائج الاخرى التى تم جمعها
التحليل والتفسير الشامل للمشكلة البحثية والاجابة عن تساؤلات البحث او توضيح مدى صحة الفروض
طرح أفكار وموضوعات ومشكلات بحثية جديدة بناء على النتائج

الخطوات المتعلقة بتحليل المضمون			
اختيار العينات	تحديد وحدات التحليل	تحديد فئات التحليل	اختبارات الثبات والصدق لاستمارة التحليل
● عينة الجمهور ● عينة المصادر ● عينة الزمنية ● عينة وحدات التحليل وفئاته	● الكلمة ● الفكرة ● الشخصية ● الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية مقاييس المساحة أو الزمن	● فئات المضمون : – الموضوع – الاتجاه – المستويات – القيم – الاساليب – السمات – المصدر – منشأ المعلومة – الجمهور المستهدف فئات الشكل : – نمط المادة – شكل العبارة – شدة الاتجاه – اللغة – المساحة او الزمن – الموقع – التيبوغرافية – المعالجة الفنية – استخدام الألوان	

النظام المنهجى الفرعى لتحليل فى إطار النظام المنهجى المتكامل كما يقدمه سمير حسين.

المصدر : سمير حسين ، تحليل المضمون ، القاهرة : عام الكتب ، ١٩٨٣ ، ص١١٠.

وفى رأينا أن خطوات تحليل المضمون فى ضوء نظرتنا اليه باعتباره اداة من ادوات البحث الاعلامى يتم استخدامه ضمن منظومة بحثية كاملة وليس كهدف فى حد ذاته ، تشمل:

١ - تحديد مبررات استخدام تحليل المضمون فى البحث ومكانته بين أدوات البحث الأخرى .

إذ يجب ان يتم ايضاح الاسباب التى دفعت الباحث إلى استخدامه والاهداف الجزئية التى يسعى إلى تحقيقها وكيف تصب فى الاهداف العامة للبحث ، بالاضافة إلى التساؤلات أو الفروض التى سيجيب عنها او يختبرها او يساعد فى الاجابة عنها او فى اختبارها. ويتجة بعض الباحثين احيانا إلى فصل الاجراءات المنهجية لتحليل المضمون عن الاجراءات المنهجية للبحث كما يتجه البعض الأخر إلى دمجهما معا ، وفى كلتا الحالتين فان العبرة تكون فى ايضاح مبررات استخدامه وما يمكن ان يضيفه إلى البحث.

٢ - تحديد العينات ... وتشمل هذه الخطوة :

- اختيار وسائل الإعلام واختيار أسماء معينة منها :

وتتم هذه الخطوة فى اطار عنوان البحث واهدافه والمجتمع الكلى له. وتتضمن تحديد نوعية الوسائل الإعلامية التى سيتم تحليلها من بين الوسائل المتاحة (الصحف - المجلات - الإذاعات - محطات التليفزيون) التى سيتم إخضاع مضامينها للتحليل. ويجب ان يضع الباحث فى اعتباره عند اختيار عينة الوسائل الإعلامية أن يتوافق الاختيار مع الهدف من البحث. ويلى ذلك اختيار وسائل محددة أى اسماء صحف أو مجلات او محطات اذاعية وتليفزيونية محددة. وهنا يجب أن يضع الباحث فى الاعتبار عددا من المتغيرات التى تتصل بمدى الانتشار الجغرافى للوسيلة الإعلامية (قومية - محلية - دولية) ، وطبيعة جمهورها المستهدف (عام - متخصص) ، ونوع الجمهور (من حيث السن - الطبقة الاجتماعية - المهنة - الجنس .. الخ) واتجاهاتها وسياستها التحريرية والسياسية (شعبية - محافظة - معتدلة) ، والأهم من ذلك توافرها وسهولة وصول الباحث اليها.

وإذا كانت معظم الدراسات التى تستخدم تحليل المضمون تقصر التحليل على وسيلة

إعلامية واحدة ، إلا أن الاتجاهات الحديثة فى بحوث الإعلام تحبذ الجمع فى البحث الواحد بين اكثر من وسيلة. وعلى سبيل المثال يمكن الجمع بين الصحف والمجلات ، مثل دراسات **"شابمان"** عن مضمون الإعلانات الصحفية الخاصة بصناعة التبغ (٤٢)، كما يجمع البعض بين تحليل مضمون الصحف وتحليل مضمون محطات الراديو كما فعل ترونا فى دراساته حول تحليل مضمون وسائل الإعلام الخاص بالتفرقة العنصرية (٤٣). وعلى مستوى اكثر تعقيدا جمع بعض الباحثين بين تحليل مضمون صحف ومحطات اذاعة ومحطات تليفزيون ، مثلما فعل اريكسون وزملاؤه فى تحليلهم لمواد الجريمة فى الوسائل الثلاثة (٤٤).

– أختيار العينة الزمنية (الفترة المختارة – التواريخ أو الأعداد وأوقات البث الإذاعى أو التليفزيونى). وتعنى تحديد تواريخ محددة من الصحيفة او حلقات معينة تذاع فى أوقات معينة من البرامج الاذاعية والتليفزيونية . وتستخدم هنا نماذج زمنية لاختيار ايام أو اسابيع أو شهور سنوات من الصحيفة بالطريقة العشوائية. ولعل من ابرز هذه النماذج واكثرها استخداما هو نموذج الاسبوع الصناعى والذى يتم فيه اختيار يوم من كل اسبوع بطريقة دورية (السبت من الاسبوع الاول – الاحد من الاسبوع الثانى – الاثنين من الاسبوع الثالث .. وهكذا) وبنفس الطريقة يمكن بناء شهر صناعى او سنة صناعية.

– اختيار عينة المضامين التى سيتم تحليلها والمنشورة أو المذاعة فى عينة المصادر خلال الفترات الزمنية المختارة. ويمكن ان تكون فى شكل موضوعات معينة (كل ما نشر بالصحيفة حول حرب البلقان او كل ما اذيع عنها من اخبار وتقارير وبرامج فى الراديو والتليفزيون ..) او صفحات معينة مثل الصفحة الاولى أو صفحات الشؤون الدولية ، أو النشرة الاخبارية الرئيسية فى المحطة التليفزيونية أوالاذاعية .. الخ. ومن البديهى ان يكون الاختيار هنا مرتبطاً بموضوع وهدف البحث . وتشير الاستخدامات الحديثة لتحليل المضمون اتجاه الباحثين إلى استخدام استراتيجيتين فيما يتعلق باختيار عينة المضامين الإعلامية التى يتم إخضاعها للتحليل، وهما :

١ – اختيار كل المضامين المتعلقة بموضوع البحث فى الوسيلة أو الوسائل المختارة كلها (كل الصفحات – كل البرامج) ، وعلى سبيل المثال فقد اختار هانسن جميع المواد التليفزيونية التى أذيعت فى محطات تليفزيونية مختارة فى دراسته حول صورة الكحول فى التليفزيون(٤٥). كما اختار " **كمبرباتش** " و "**نجرين** " جميع البرامج التليفزيونية التى تتناول قضايا المعاقين فى التليفزيون(٤٦).

٢ - التركيز على نوع من البرامج مثل نشرات الأخبار أو المسلسلات الدرامية أوالبرامج الرياضية أو الإعلانات. وفى معظم البحوث التى ركزت على تحليل نشرات الأخبار تم التركيز - فرعيا - على نشرة الأخبار الرئيسية التى تذاع فى المساء باعتبار أنها تستحوذ على اكبر معدلات المشاهدة مقارنة ببقية النشرات التى تذاع على مدار اليوم. وبالمثل يتم اختيار عينة المضمون الذى يخضع للتحليل فى الصحف إلى نوع محدد من المضمون واستبعاد بقية الأنواع ، مثل التركيز على الأخبار السياسية الخارجية واستبعاد الأخبار المحلية وأخبار الرياضة والفن .. الخ ، وهذا ما فعله « سربنرى محمد » فى تحليله لمضمون الأخبار الخارجية فى وسائل الإعلام فى ٢٩ دولة (٤٧).

أنواع العينات فى تحليل المضمون:

- العينات غير العشوائية ، ونعنى بها تحديدا العينات التى يختارها الباحث بشكل عمدى سواء على مستوى المصادر أو الفترة الزمنية او المضمون الذى سيخضعه للتحليل. ويلجأ الباحثون كثيرا إلى العينة العمدية رغم عدم علميتها بسبب الطبيعة الخاصة لتحليل المضمون الذى يستخدم لتحقيق اهداف معينة فى البحث. حيث من الطبيعى ان يتعمد الباحث اختيار صحيفة معينة أو محطة تليفزيونية معينة لتحليل مضمونها لاعتبارات تتعلق بتخصصها فى موضوع البحث أو لتاريخها الطويل أو لإعتبارات موضوعية أخرى يراها الباحث. كما قد يلجأ لاختيار فترة زمنية للتحليل بشكل عمدى باعتبارها الفترة التى اثيرت فيها القضية أو الحدث موضع البحث ، واختيار اعداد معنية من الصحيفة يرى انها الاكثر تعبيرا عن اهتمام الصحيفة بالموضوع مثل الاعداد الخاصة او العدد الاسبوعى أو اعداد المناسبات. وفى جميع الحالات فان على الباحث ان يوضح فى اجراءات تحليل المضمون مبررات اختيار العينة العمدية على المستويات المختلفة بشكل مقنع.

- العينات العشوائية .. وهى التى يختار فيها الباحث عينة الوسائل والتورايخ والاعداد والحلقات بشكل عشوائى يتيح لجميع مفردات المجتمع فرص مساوية للظهور فيها . ويتم اختيارها اما بالطريقة العشوائية البسيطة إذا كان مجتمع البحث صغيرا .. وبالطريقة العشوائية المنتظمة إذا كان مجتمع البحث كبيرا . ويتم اختيار النوع الاخير بقسمة حجم مجتمع البحث على حجم العينة واستخراج المدى ثم اختيار الرقم الاول من بين المدى بالطريقة

العشوائية ثم اضافة المدى اليه لتكوين العينة. وعلى سبيل المثال إذا كنا نريد اختيار شهر من سنة كاملة فان المدى سيكون ناتج قسمة ٣٦٥ على ٣٠ = ١٢ تقريبا. واذا افترضنا ان الرقم الاول هو ٥ فان العينة ستتكون من ايام: ٥ ، ١٧ ، ٢٩ ، ٤١ ، ٥٣ ... وهكذا. ورغم علمية هذه العينة إلا انها لا تتيح تمثيل الاعداد ذات الطبيعة الخاصة من الصحيفة مثل الاعداد الأسبوعية والاعداد الخاصة كما ان انتظامها قد يحمل بعض التحيز نتيجة اختيار اعداد معنية كل اسبوع. ولتلافى ذلك يلجأ الباحثون كما ذكرنا إلى عينة الاسبوع الصناعى التى تتيح تمثيل جميع ايام الاسبوع فى العينة.

تحديد وحدة أو وحدات التحليل:

لما كان تحليل المضمون يعنى بقياس تكرارات ورود اشياء معينة فى النص وعلاقاتها معا فان من المهم تحديد ماسيتم عدة فى النص.

ووحدة التحليل هى ما يتم عدة فى المضمون الإعلامى موضع التحليل. هذه الوحدة قد تكون كلمة أو جملة أو فقرة أو مقال كامل أو برنامج اخبارى أو خبر واحد أو شخص أو مصدر أو برنامج أو مشهد أو حادث وهكذا.

وحتى وقت قريب كان الباحثون وأساتذة المناهج يفرقون بين اكثر من مستوى من مستويات وحدات التحليل ، مثل التفرقة بين وحدة التسجيل أو العد Recording Unit وبين وحدة التحليل أو السياق context ، على أساس أن وحدة التسجيل هى أصغر وحدة يظهر من خلالها تكرار الظاهرة فى المضمون بينما وحدة السياق هى الفقرة أو الموضوع الذى يتم فحصه للتعرف على وحدات التسجيل (٤٨) ، أى انها جسم المواد التى تحيط بوحدة الترميز. وعلى سبيل المثال إذا كانت وحدة العد هى الكلمة فان وحدة السياق قد تكون الجملة التى تظهر فيها هذه الكلمة أو قد تكون الفقرة أو المقال كله أما الكتابات الحديثة فانها لا تعنى بمثل هذه الفوارق وتنظر إلى وحدة التحليل على أنه الشئ الذى نقوم باحتسابه وهو أصغر عنصر فى تحليل المضمون . وقد تكون هذه الوحدة كلمة مفردة أو المقال كله أو الشخصيات فى الافلام والمسلسلات أو المشاهد أو البرنامج كله. وتركز هذه الكتابات على اهمية تعريف الوحدات المستخدمة تعريفا دقيقا يسمح باتفاق أكبر عدد من الباحثين حولها ، كما يقدمون نماذج من التعريفات الاجرائية النموذجية ، كما فعل "**ويمر ودومينيك**" فى النموذج التالى :

الباحثون	عنوان البحث	المضمون	عينة التواريخ والعداد	وحدة التحليل
Brown & Campbell (1986)	الجنس والعرق فى الموسيقى المصورة	الموسيقى المصورة التى عرضت فى محطة MTV ومحطة BET فى عام ١٩٨٤.	٧٥ شريط فيديو موسيقى عرضت علىMTV فى ليليتين، و٣٧ شريط عرضت على BET	١ - كل المغنيين الرئيسين فى كل شريط. ٢ - الموضوع المسيطر فى كل شريط .
Swayne & Greco (1987)	صورة العجائز الامريكيين فى الاعلانات التليفزيونية	كل الاعلانات التى أذيعت فى شبكات التليفزيون فى نوفمبر ١٩٨٥.	٨١٤ اعلانا مجموعها ٣٦ ساعة أذيعت فى الفترات من ١٠ - ١٢ ظهرا ومن ٢ - ٤ مساء ومن ٨ - ١٠ مساء فى جميع ايام الاسبوع.	الاشخاص فوق ٦٥ عاما. ويتم تحديدهم من خلال الحكم على، حصولهم على مساعدة فى التنقل - ظهور الاحفاد.
Pasadeos & Renfro(1988)	أسلوب روبرت ميردوخ وصحيفة نيويورك بوست.	مضمون صحيفتى نيويورك بوست ونيويورك ديلى نيوز فى الفترة من ١٩٧٦ إلى ١٩٨٣.	١٢ عددا من الصحيفتين تم اختيارهم بواقع ست اعداد بطريقة الاسبوع الصناعى من كل منهما تمثل اعوام ١٩٧٦، ١٩٧٧، ١٩٧٩، ١٩٨٣.	١ - المساحة المخصصة للعناوين، وسائل الابراز، البيانات الادارية - الاعلانات. ٢ - المضمون المثير.
Potter & Ware (1989)	تكرار وسياق التصرفات الاجتماعية الايجابية فى التليفزيون.	البرامج المثيرة فى شبكات التليفزيون التى أذيعت فى اوقات ممتازة فى عام ١٩٨٧.	كل العروض المثيرة (٨٨ ساعة) فى ثلاث شبكات لمدة اسبوعين اختيرا بطريقة عشوائية .	كل الأفعال الاجتماعية الايجابية. كل محاولة بواسطة شخص لمساعدة شخص اخر.

ويتضح مما سبق ان الوحدات الرئيسية فى تحليل المضمون تشمل :

– وحدة الكلمة التى تعبر عن المفهوم أو رمز أو فكرة معينة مع ضرورة تحديد المقصود بها تحديدا دقيقا.

– وحدة الفكرة وهى الفكرة الرئيسية التى يمكن استقاؤها من المضمون أو مجموعة الأفكار الرئيسية التى يمكن استقاؤها من المضمون أو مجموعة الأفكار الرئيسية التى يستهدف البحث قياس درجة الاهتمام بها ونوعية هذا الاهتمام فى النص الاعلامى.

– وحدة الشخصية المتضمنة فى النص مع ضرورة تحديد سماتها كما فعل سوان وجويكو فى تحديد سمات الأشخاص العجائز.

– وحد المساحة التى يشغلها النص فى الوسيلة الإعلامية والزمن الذى يستغرقة عرضه فى الاذاعة أو التليفزيون.

– وحدة المادة الإعلامية مثل المقالات أو المسلسلات والبرامج .. الخ.

ويوسع البعض نطاق الوحدات التى يمكن استخدامها لتحليل المضمون الإعلامى مع التمييز بين وحدات العد وبين وحدات السياق ، لكى تشمل الوحدات باعتبارها الوحدات الأكثر شيوعا (٥٠):

– الكلمة وهى ابسط وحدات وتقوم على عد كلمات مفتاحية فى النص مثل " الديمقراطية – الشيوعية.

– الفكرة أو الموضوع وهى قد تكون جملة أو جزء من الجملة أو حتى كلمة واحدة .

– الفقرة وهى وحدة تثير مشكلات عديدة إذا ما تضمنت الفقرة الواحدة اكثر من مفهوم أو أكثر من فكرة .

– الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية كالخبر والمقال والحديث والتحقيق والمسلسل والفيلم ، وتحتاج هذه الوحدات إلى تحديد وحدات فرعية يمكن عدها داخلها .

– الشخصية التى تركز على الشخصيات الفاعلة فى المضمون أو المصادر.

– الجماعة كالعلماء والمدرسين والأطباء إلى آخره.

– المؤسسة – المساحة – الزمن.

تحديد أو بناء فئات التحليل:

" فئات تحليل المضمون هى مجموعة من التصنيفات أو الفصائل التى يقوم الباحث بإعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه وهدف التحليل ، لكى يستخدمها فى وصف هذا المضمون بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول ، وبما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور (٥١).

وقبل استعراض طرق بناء فئات التحليل وأنواعها ينبغى الإشارة إلى ما يلى :

– أن عملية بناء الفئات تعد أهم خطوة فى إجراءات تحليل الضمون إذ أن على أساسها يترتب نوعية ودقة وشمول النتائج.

– ليس هناك فئات نمطية جاهزة للاستخدام فى جميع البحوث التى تستخدم تحليل المضمون ، ولكن هناك إطار عام يمكن إعداد الفئات على ضوئه.

– يخضع إعداد وبناء فئات التحليل مثل كل خطوات تحليل المضمون لطبيعة البحث وأهدافه والمضمون الخاضع للتحليل ونوعية الدراسة. وهذا ما تعبر عنه « **عواطف عبد الرحمن** » بوجوب انتماء الفئات إنتماءاً عضويا إلى الموضوع أى ان تكون وثيقة الصلة بالموضوع الرئيسى الذى يدور حوله البحث (٥٢).

– يجب ان تكون الفئة " متنافية " أو متفردة أى لا تقبل المادة المصنفة تحتها التصنيف تحت غيرها من الفئات (٥٣).

– يجب ان تتسم فئات التحليل بالثبات بدرجة تؤدى إلى اتفاق المحللين على هذه الفئات. ويستلزم تحقيق ذلك تعريف الفئات تعريفا إجرائيا دقيقا يوضح ما يتم إدخاله فى الفئة وما يتم استبعاده منها عند تحليل النصوص.

وقد درج الباحثون وأساتذة المناهج على تقسم فئات التحليل إلى مجموعتين رئيسيتين هما : فئات الموضوع (ماذا قيل) ، وفئات الشكل (كيف قيل) باعتبارهما الفئات التى تحقق أهداف تحليل النصوص الإعلامية تحليلا كميا منتظما. ويعنى هذا أن تتركز أهداف تحليل المضمون فى عد تكرارات ما يشتمل عليه النص من أفكار ومعان وقيم واتجاهات نحو الموضوع الخاضع للبحث ، بالإضافة إلى تحليل الجوانب الشكلية أى تحليل الشكل الذى قدم به هذا النص ودلالات ذلك.

وفى رأينا أن هذا التقسيم يفيد كثيرا فى تحديد :

١ – حجم اهتمام الوسيلة الإعلامية بمضامين معنية ، وذلك بقياس حجم المادة الإعلامية المقدمة والمساحات التى شغلتها فى الوسيلة ومواقع وأوقات عرضها ووسائل الإبراز الإعلامية المستخدمة فى تقديمها.

٢ – نوعية اهتمام الوسيله بالموضوع الرئيسى للبحث والموضوعات الفرعية المتضمنه فيه ، ذلك بقياس درجة التركيز النسبى للوسيلة على نقاط الموضوع واتجاهاتها نحو كل منها والقيم المتضمنة فيها والأساليب المتبعة فى العرض ومصادر المعلومات فيها والجمهور المستهدف.

وأمام تعدد الفئات الفرعية التى يمكن استخدامها لتحليل المضمون وارتباطها بهدف البحث ، بالاضافة إلى التشويش الذى قد ينتج لدى الباحث من عرض مجموعات كبيرة من الفئات من بحوث متباينه ، فقد اتجه من كتبوا حديثا فى تحليل المضمون إلى التركيز على الإشكاليات المتعلقة ببناء فئات التحليل بدلا من عرض نماذج من الفئات. وعلى سبيل المثال فان **"ويمر ودومينيك"** يهتمان كثيراً بتحقيق شروط تكوين الفئات واقتراح بدائل لعلاج التداخل الذى يحدث بين بعض الفئات يتمثل فى التحديد الدقيق لكل فئة ، وكذلك إضافة فئة (اخرى) فى نهاية كل فئة لتجنب قصور التصنيفات الداخلية للفئة الواحدة مع تثبيت من تصل إلى نسبة ١٠٪ من المضمون فى فئة منفصلة (٥٤).

ومن الاتجاهات الحديثة التى تمثل انقلاب على القواعد السابقة انتقاد البعض مثل **"دوتشمان"** لمبدأ تفرد كل فئة من فئات التحليل بحيث لا تسمح بتكرار تصنيف الموضوع فى اكثر من فئة. إذ دعا **"دوتشمان"** إلى التخلى عن هذا الشرط والسماح للمحللين بتصنيف المادة نفسها داخل اكثر من فئة على أساس ان " العدد الكبير من موادالصحف معقدة ويجب على الباحث ألا يقيد نفسه وهو يصف ماذا تقول المادة بفئة واحدة ". وقد طبق **"دوتشمان"** رؤيته هذه على الدراسة التى أجراها عن تحليل الصفحات الإخبارية فى ١٢ صحيفة محلية . إذ وجه المحللين إلى تصنيف المضمون فى اكثر من فئة إذا رأوا ذلك ، وانتهى إلى ان ٩٠٪ من المحللين وافقوا على استخدام التصنيف المزدوج للفئات (٥٥) .

وقد شملت الاتجاهات الحديثة التراجع عن فكرة وضع اكبر عدد ممكن من القائد لتحليل النصوص الاعلامية ، إذا كان الباحثون يقيسون كفاءة الفئات بكثرة عددها وشمولها لكل تفصيلات النص. وقد ظهرت حديثا اصوات تقول بان تحليل المضمون لا ينبغى ان يكون مثل حملة صيد Fishing expedition لا تفرق بين الأسماك الكبيرة والاسماك الصغيرة. ويعنى ذلك ان لا يضع الباحث فئات كثيرة لا تفيد البحث فى النهاية.

هـــوامـــش

1- Neuman, W.R. " Parallel content analysis : old Paradigms and new proposals, in G. Comstock (ed.), **Public Communication and Behavior, vol. 2**, San Diego, Calif. : Academic Press, 1989. PP. 205 - 289.

2 - Beniger, J.R. Media content as Social Indicators : The Green Field Index of Agenda Setting" , in **Communication Research**, Vol.5 (4), 1978, P.438.

٣ – سمير محمد حسين ، **تحليل المضمون** ، القاهرة عالم الكتب ، ١٩٨٣ ، ص ١٤.

4 - Gerbner, G. " Toward " Cultural indicators " : The analysis of mass mediated pubic message systems ", in O. Boyd-Barrett and C. Newbold (eds.), **Approaches to Madia : a Reader,** London : Arnold,1995. PP. 144 - 152.

٥ – لمزيد من التفاصيل حول هذه الدراسات راجع :

- Gerbner, G., and L. Gross "Iiving With television : The Violence profile, **Journal of Communication**, vol. 26 (2), 1976, PP. 173 - 199.

- Gerbner, G., L. Gross, M. Morgan and N. Signorielli " Growing up With television : the cultivation perspectiv " , in J. Bryant and D. Zimmerman (eds.) **Media Effects : advances in Theory and Resarch**, Hillsdale, NJ : Lawrence Erldaum, 1994. PP. 17 - 45.

6 - Rogers, E. M. and J. W.Dearing " Agenda Setting research : Where has it been, Where is it going ? " in J. A. Anderson (ed.), **Communication Yearbook, Vol. 11**, London: Sage, 1988. PP. 555 - 594.

7 - Serberny - Mohammadi, A. **Foreign News in the Media : Internalional Reporting in Twenty - nine Countries, vol. 93,** Paris : UNESCO, 1984.

٨ – للمزيد من التفاصيل حول تعريفات المدارس الثلاثة ، راجع ، عواطف عبد الرحمن وآخرون ، **تحليل المضمون فى الدراسات الإعلامية** ، القاهرة : العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٣ ، ص ٢٣٠ – ٢٣٢.

9 - Berelson, B. **Content Analysis in Communication Research,** Glencoe, I11. : Free Press, 1952. P. 18.

١٠ – نقلا عن : سمير حسين ، **تحليل المضمون** ، مرجع سابق ، ص١٧ – ١٨.

11 - Krippendoeff, K. **Content Analysis : an Introduction to its Methodology.** London : Sage, 1980.

١٢ – لمزيد من التفاصيل ، راجع ، سمير حسين ، **تحليل المضمون** ، مرجع سابق ، ص٢٢.

١٣ – عواطف عبد الرحمن ، إشكاليات تحليل المضمون ، فى : عواطف عبد الرحمن ونادية سالم وليلى عبد المجيد ، **تحليل المضمون فى الدراسات الإعلامية** ، القاهرة : العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٣ ، ص ٢٣١.

١٤ – نادية سالم ، المدرسة الأمريكية فى تحليل المضمون ، فى : عواطف عبد الرحمن ونادية سالم وليلى عبد المجيد ، **تحليل المضمون فى الدراسات الإعلامية** ، القاهرة :العربى للنشر والتوزيع، ١٩٨٣ ، ص١٩.

١٥ – محمد الوفائى ، **مناهج البحث فى الدراسات الاجتماعية والإعلامية** ، القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٩ ، ص ١٤٩.

١٦ – عبد الباسط حسن ، **أصول البحث الاجتماعى** ، القاهرة ، ١٩٨٠ ، ص ٤٠٣.

١٧ – محمد ناجى الجوهر (ترجمة وإعداد) ، **تحليل مضمون الإعلام . المنهج والتطبيقات العربية** ، تأليف : ريتشادر بن ولويس دوهيو وروبرت ثورب و، بدون ناشر، ١٩٩٢ ، ص١٥.

18 - Hnasen, A, S. Cottle, ZR. Negrine and C. Newbold, **Mass Communication Reseaech Methods,** Hampshire and London : Macmillan Press Ltd., 1998. P. 94.

١٩ – سمير حسين **تحليل المضمون** ، مرجع سابق ، ص ٢٨ – ٢٩.

٢٠ – محمد عبد الحميد ، التحليل الكمى للمحتوى فى بحوث الإعلام فى ضوء المنظور المنهجى ، الحلقة الثانية لبحوث الإعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية القاهرة ، أبريل ١٩٨١ ، ص١٧.

٢١ – سمير حسين ، المرجع السابق ، ص ٢٥.

٢٢ – عواطف عبد الرحمن إشكاليات تحليل المضمون ، فى : عواطف عبد الرحمن ونادية سالم وليلى عبد المجيد ، **تحليل المضمون فى الدراسات الإعلامية** ، مرجع سابق ، ص ٢٤٦ – ٢٤٧.

٢٣ – سمير حسين ، **تحليل المضمون** ، مرجع سابق ، ص٢٠.

٢٤ – لمزيد من التفاصيل حول هذا الجدول ، راجع عواطف عبد الرحمن ، مرجع سابق ، ص ٢٢٩ – ٢٣٧.

٢٥ – للتعرف على مزايا الجمع بين تحليل المضمون الكيفية فى الدراسة الواحدة ، راجع كأمثلة من هذه الدراسات:

- Van Dijk, T. A. " **Racism and the Press** ". London : Routeledge, 1991.
- Hnasen, A. and Murdock, G. Constructing the crowed : populist discourse pressentation'in V. Mosco and J.Wasko (eds.) **popular Cultar and Media**

Events' (Vol. 3, PP. 227 - 57) , Norwood, NJ : Ablex, 1985.

- Gamson, W. A., and a. Modig liani, " Media discourse and publicopinion on nuclearpower : a constructionist approach' **American Journal of Sociology,** Vol. 95 (1), 1989, PP 1- 37.

28 - Hnasen, A, S. Cottle, Zr. Negrine and C. Newbold, **Mass Communication Reearch Methods,** Ibid., p. 94.

29 - Holsti, O.R. **Content Analysis for Social Sciences and Humanities,** Reading, Mass. : Abbison - Wesley, 1969.

30 - Krippendorff, K. **Content Analysis : an Introduction to its Methodology**. London : Sage, 1980.

٣١ – سمير حسين ، **تحليل المضمون** ، مرجع سابق ، ص ٢٢ – ٢٤.

٣٢ – روجر وجوزيف دومينيك " **مقدمة في اسس البحث العلمي** : مناهج البحث الإعلامي ، ترجمة : صالح خليل أبو إصبع ، ط٢ ، عمان : دار ارام للدراسات والنشر والتوزيع ، ١٩٩٨. ص٢٠.

٣ – محمد الوفائي ، مرجع سابق ، ص ١٥٠.

34 - Hnasen, A, S. Cottle, ZR. Negrine and C. Newbold, **Mass Communication Researcch Methods,** Ibid., P. 95.

35 -Hnasen, A, S. Cottle, ZR. Negrine and C. Newbold, **Mass Communication Research Methods,** Ibid., P. 95.

36 - Burgelin, O."Structural analysis communiction " in D. MaQuail (ed.) , **Sociology of Mass Communication,** Harmondworth : Penguin, 1972. PP. 313 - 328 (P.319.)

٣٧ – سمير حسين ، مرجع سابق ، ص ٢٣ – ٢٤.

38. Singletary, M. W." **Mass Communication Research : Contemporary Methods and Applicatications**,New York : Longman, 1993.

٣٩ – روجر ويمر وجوزيف دومينيك " **مقدمة في أسس البحث العلمي : مناهج البحث الإعلامي** ، مرجع سابق ، ص ٢١٠ – ٢١١.

40 - 35 -Hnasen, A, S. Cottle, ZR. Negrine and C. Newbold, **Mass Communication Researcch Methods,** Ibid., P. 98 - 99.

٤١ – سمير حسين ، مرجع سابق ، ص ١٠٨ – ١٠٩.

42 - Chapman, S. " **Great Expectorations : Advertising and the Tobacco Industry** ", London: Comedia, 1986.

43 - Troyna, B. " **Public Awareness and the Media : A Study of Race"**, London : Commission for Racial Equality, 1981.

44 - Ericson, R. V., P. M. Baranek and J. B. L. Chan, " **Representing Order : Crider, Law and Justice in the News Media** ", Milton Keynes : Open University Press, 1991.

45 - Hansen, A. " The Portrayal of alcohol on Television " **Health Education Journal,** Vol. 45 (3), 1986.Pp. 126 - 131.

46 - Cumberbatch, G. and R. Negrine. " **Images of Disability on Television** ", London : Routledge, 1992.

47 - Serberny - Mohammadi, A. " **Foreign News in the Media : International Reporting in Twenty - nine Countries** " , Vol. 93, Paris : UNECO, 1984.

٤٨ – سمير حسين ، **تحليل المضمون** ، مرجع سابق ، ص ٧٧.

49 - Wimmer, R. D. and J. R. Dominick, " **Mass Media Reaearch : An Introduction,** Third Edition, Belmont, California : Wadsworth, 1991. P. 166.

٥٠ – محمد ناجى الجوهر (ترجمة وإعداد) ، **تحليل مضمون الإعلام .. المنهج والتطبيقات العربية** ، تأليف: ريتشارد بن ولويس دوهيو وروبرت ثورب ، مرجع سابق ، ص٨٦.

٥١ – سمير حسين ، **تحليل المضمون** ، مرجع سابق ، ص٨٨.

٥٢ – عواطف عبد الرحمن ، المدرسة الفرنسية في تحليل المضمون فى : عواطف عبد الرحمن ونادية سالم وليلى عبد المجيد ، **تحليل المضمون فى الدراسات الإعلامية** ، مرجع سابق ، ص ٩٣.

٥٣ – محمد ناجى الجوهر (ترجمة وإعداد) ، تحليل مضمون الإعلام .. المنهج والتطبيقات العربية ، مرجع سابق ، ص٥٩.

54 - Wimmer, R. D. and J. R. Dominick, " **Mass Media Research : An Introduction,** Third Edition, IBID, PP. 165 - 167.

٥٥ – Deutschmann, P. " News - page Content of Tweleve Metropolitan Dailies ", نقلا عن ناجى الجوهر (ترجمة وإعداد) ، **تحليل مضمون الإعلام .. المنهج والتطبيقات العربية** ، مرجع سابق ، ص ١٠٣ – ١٠٤.

إشكالية المنهج فى بحوث الإعلام

« دراسة تطبيقية على عينة من الباحثين الإعلاميين المقيدين بدرجة الدكتوراه »

د. محمد سعد إبراهيم

مقدمة:

ثمة تساؤلات هامة تطرح نفسها بالحاح ، بعد انقضاء ٥٦ عاماً على بدء الدرسات الإعلامية ، وما شهده العقدان الاخيران من توسع فى انشاء أقسام الإعلام والصحافة ، وطفرة فى إنتاج الرسائل العلمية :-

- هل احتلت الدراسات الإعلامية المكانة اللائقة بها بين بقية العلوم الإجتماعية والانسانية ؟
- وهل جاء إسهامها المعرفى ، واجتهاداتها المنهجية على نفس المستوى ؟
- ولماذا لم يعاد النظر فى تقنين مناهج البحث الإعلامى ، ولماذا لم تصاغ مناهج مستقلة خاصة بالدرسات الإعلامية ؟

وتبدو هذه التساؤلات أكثر إلحاحاً فى ظل ما يثار من انتقادات واتهامات ، توجه فى الاساس لشباب الباحثين الإعلاميين ، فى مقدمتها عدم الالمام بأولويات البحث العلمى ، من حيث بنية البحث ومنهجه ، ومن حيث أسلوبه وإستدلالاته ، والافتقار إلى العمق والمنهجية ، وضعف الاستقراء المنهجى ، والاعتماد على التكهن بدلاً من الاستنتاج العلمى المنطقى ، والركون إلى التعميم والارتجال فى اصدار الاحكام [1] علاوة على استيراد نماذج البحوث الغربية، التى تتسم بعدم تلاؤمها مع السياق الثقافى والحضارى لدول الجنوب ، مما يجعلنا إزاء بحوث شكلية نمطية فى الاساس ، ولا تصلح لتفسير الظواهر الإعلامية إلا فى المجتمعات الغربية التى انبثقت منها أصلاً[2].

وعلى الرغم من ان هذه القصور المنهجى ، يرجع فى الغالب إلى الظروف المحيطة بالعملية البحثية ، من نظام تعليمى تلقينى ، ونظرة متدنية لمكانة البحث العلمى ، وتاكل فى استقلالية المؤسسات التعليمية والبحثية ، وتباين المناهج ونظم التدريس ، وغياب التفاعل العلمى، وضعف الدعم المادى والمعنوى للباحثين والبحوث العلمية ، إلا ان الاشكالية تعنى شباب الباحثين بوجه خاص ، لانه من الصعب الحديث عن مستقبل الدراسات الإعلامية دون النظر إلى واقع الباحثين الإعلاميين الشبان ، ودراسة سلوكياتهم وممارساتهم ومشاكلهم وأفكارهم وطموحاتهم. ومن ثم تبدو اهمية دراسة إشكالية مناهج البحث الإعلامى ، وفق رؤية الباحثين الشبان لواقع الدراسات الإعلامية ، ومشكلات الممارسة البحثية ، وسبل صقل خبراتهم وتطوير قدراتهم البحثية .

الدراسات السابقة:

اهتمت الدراسات الإعلامية بتقويم الانتاج العلمى لشباب الباحثين الأعلاميين ، والمتمثل فى رسائل الماجستير والدكتوراه ، كمدخل لتقويم بحوث الإعلام ، ودراسة إشكالية المنهج ، وسنعرض هنا لجانب من هذه الدراسات ، سعياً وراء صياغة محددة ودقيقة لمشكلة البحث :-

١ - بحوث الصحافة فى مصر من ٧١ - ١٩٨٥ : (٣)

تناولت الدراسة بالتحليل والتقويم مائة رسالة ماجستير ودكتوراه ، قدمت لقسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة ، خلال الفترة من ٧١ - ١٩٨٥ . وكشفت الدراسة ان البحوث المكتبية والوثائقية تمثل (٦٤٪) من هذه الرسائل ، فى حين بلغت نسبة بحوث تحليل المضمون (٢٠٪) والبحوث الميدانية (٧٪). وتبين ان (١٤٪) من هذه الدراسات لم يحدد أصحابها مناهج البحث التى استخدموها . فى حين بلغت نسبة استخدام المنهج التاريخى (٨٪) والوصفى (١١٪) والتحليلى (٥٪) والمسح (٣٪) والمقارن (١٪) وتحليل المضمون (٧٪) واكثر من منهج (٥١٪). ولم يوضح (٣٤٪) من هذه الدراسات الادوات البحثية المستخدمة . بينما بلغت نسبة استخدام تحليل المضمون (١١٪) والاستبيان (٤٪) والمقابلة (٢٤٪) الملاحظة (٦٪) وتحليل الوثائق (٦٪) وأكثر من اداة (٢١٪).

وأكدت الدراسة الحاجة إلى أستخدام مقاييس عملية تجريبية لدراسة فن التحرير الصحفى والاخراج الصحفى ، وترشيد البحوث الإعلامية بما يتفق مع الاحتياجات العلمية والعملية ، ووضع خطة مستقبلية لهذه البحوث ، والتنسيق بين الجهود البحثية بما يحقق التكامل والتميز ، ويحول دون إهدار الطاقات أو تكرارها .

٢ - الجوانب الاجرائية والمنهجية لبحوث الصحافة فى مصر : (٤)

ركزت الدراسة على تحليل الجوانب الإجرائية والمنهجية فى ٤٦ خطة بحثية مسجلة للحصول على درجتى الماجستير والدكتوراة من قسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة خلال الفترة من ٧٩ - ١٩٨٥ .

أظهرت نتائج الدراسة أن (٢٧٪) من هذه الخطط لم تحدد المشكلة البحثية و (٢٧٪) لم تحدد أهدافها و (٤٧٪) لم تعرض للتساؤلات أو الفروض و (٤٧٪) لم تحدد نوع الدراسة و (٣ر١٣٪) أغفلت ذكر المناهج ، فى حين بلغت نسبة الخطط التى أغفلت تحديد المفاهيم والمصطلحات (٣ر٩٣٪) والتى أغفلت عرض الدراسات السابقة (٨٠٪).

وارتفعت نسبة الدراسات الوصفية إلى (٩٢٪) ولوحظ الاسراف فى وصف الدراسات بأنها إستطلاعية رغم وجود تراث علمى سابق. واستخدمت (١٨٪) منها منهجاً واحداً و (١٠٪) منهجين و (٣٤٫٥٪) أكثر من منهجين.

وأشارت الدراسة إلى عدم اتساق بعض الادوات البحثية مع طبيعة الموضوع ، وغلبه استخدام آداتى تحليل المضمون والمقابلة ، حيث بلغت النسبة (٧١٪) لكل منهما ، فى حين ذكرت (٢٩٪) من هذه الخطط انها ستستخدم اداة واحدة.

وهكذا ، يلاحظ عدم إلمام نسبة كبيرة من الباحثين الشبان باولويات البحث العلمى ، وغياب المراجعة والتدقيق من جانب المشرفين ، فضلاً عن اتسام نسبة كبيرة منها بالارتجال والتعجل.

٣ - البحوث الإعلامية فى مصر : دراسة فى الكم والكيف : (٥)

تناولت الدراسة بالتحليل والتقديم ٦٣ رسالة علمية (١٣ دكتوراة - ٢٣ ماجستير) مقدمة لكلية الإعلام - جامعة القاهرة. وأوضحت أن (٦٥٪) من رسائل الماجستير وصفية مقابل (٣٥٪) تجريبية ، فى حين بلغت نسبة البحوث الوصفية فى رسائل الدكتوراة (٦٢٪) مقابل (٣٨٪) للبحوث التجريبية.

وكشفت الدراسة قصور البحوث التجريبية ، نتيجة لعدم التعدد فى استخدام أدوات البحث ، أو نتيجة لبعض الاخطاء المنهجية ، حيث اعتمدت الرسائل على آداتين فقط هما الاستبيان وتحليل المضمون ، علاوة على إغفال استخدام اختبارات الصدق والثبات ، مما يقلل من علمية نتائجها ، ويجعل تلك النتائج أقرب إلى الفروض غير المحققة.

وأشارت الدراسات إلى أن البحوث التجريبية تدرس الظاهرة الإعلامية باعتبارها ظاهرة معلقة فى فراغ بعيد عن المجتمع.

٤ - بحوث فى الاتصال : (٦)

استهدفت هذه الدراسة مسح وتقويم الرسائل العلمية المقدمة لقسم الصحافة بكلية الاداب بسوهاج - جامعة جنوب الوادى ، خلال الفترة من ٧٧ - ١٩٩٤ ، من خلال تحليل الجوانب المنهجية لـ ٣١ رسالة علمية (١٨ ماجستير - ١٣ دكتوراة).

أوضحت نتائج الدراسة ان (٢٢٫٦٪) من هذه الرسائل استخدمت منهج المسح الميدانى (١٢٫٩٪) منهج المسح التحليلى و (١٢٫٩٪) المنهج التاريخى ، فى حين استخدمت (٥١٫٦٪) أكثر من

منهج. وبلغت نسبة المشرفين من خارج القسم (٧٢٪) بالنسبة للرسائل التى نوقشت ، و (٥ر٣٨٪) بالنسبة للرسائل المقيدة وكشفت الدراسة ان (٨ر٦٧٪) من هذه الرسائل تندرج تحت الدراسات الوصفية ، وفى حين بلغت الدراسات التاريخية (٦ر٢٢٪) غابت الدراسات التجريبية منذ إنشاء القسم وحتى عام ١٩٩٤.

وتبين أن الاستقصاء كان أكثر الادوات البحثية استخداماً (٥ر٢٢٪) يليه تحليل المضمون (١ر١٦٪) والاستقصاء (٩ر١٢٪) ، ولم تحدد (١٦٪) من الرسائل أدوات جمع البيانات.

واوصت الدراسة بتخصيص قناة أو اكثر للاشراف الخارجى ، وتطوير المناهج البحثية باستخدام المنهج التجريبى فى قياس تأثيرات الإعلام ، ومنهج الدراسات التطورية لقياس التأثيرات الإعلامية على مدى فترات زمنية متباعدة.

٥ - إشكالية المنهج فى الدراسات الصحفية : (٧)

ربطت هذه الورقة البحثية بين القصور المنهجى فى بحوث الصحافة ، وعدم وجود مناهج بحث مستقلة لها ، ومن ثم اعتمادها على مناهج البحث المستخدمة فى العلوم الاجتماعية الاخرى التى نشأت فى كنفها .

وأكدت القصور المنهجى لكل من المنهج التاريخى والمنهج الوصفى ، فى تحقيق علمية الدراسات االصحفية لعجزها عن تحقيق الضبط االكمى من ناحية ، وعدم إمكانية التحقق العلمى من صحة النتائج من ناحية أخرى.

وأشارت إلى الفوضى الشاملة فى تعريف المصطلحات المنهجية ، والخلط بين مفاهيم المنهج والاداة والاسلوب ، حيث يرى البعض ان المسح منهج ، بينما يتحفظ عليه البعض الاخر ، ويرفضون الاعتراف به منهجاً له ذاتيته واستقلاله ، باعتباره لا يملك أدوات بحث خاصة ، كما هو الشأن فى المناهج العلمية الأخرى.

وأكدت الورقة على اهمية دعم الاستخدامات المنهجية الحديثة فى مجال الدراسات الإعلامية، والمتمثلة فى استخدام المنهج التجريبى ، والاستفادة من التطور المنهجى الحاصل فى العلوم الاجتماعية الأخرى ، خاصة تلك المناهج التى تسعى إلى ربط العلوم الاجتماعية بمناهج العلوم التجريبية.

٦ - الاتجاهات النقدية فى بحوث الإعلام: (٨)

استعرضت الدراسة الاتجاهات النقدية الجديدة فى بحوث الإعلام ، ومظاهر التغير الذى طرأ على موقف اليونسكو من بحوث الإعلام بعد مؤتمر مونتريال عام ١٩٦٩ التى برزت فى جانبين : أولهما كسر الاحتكار الذى كانت تحظى به المدرسة الغربية التقليدية ذات المنظور السلوكى الامبيريقى . وثانيهما تشجيع البحوث النقدية ذات الرؤى المتعددة.

وحددت الدراسة ملامح التيار النقدى فى البحوث الإعلامية ، فى الاهتمام بالإعلام كعملية اجتماعية ، ودارسة الظواهر الإعلامية فى السياق الاجتماعى الوطنى والدولى ، وصياغة العملية البحثية فى مصطلحات تتناول البنية والتنظيم ، والتنشئة الاجتماعية ، والاعداد المهنى ، والمشاركة الجماهيرية ... إلخ ، وإخضاع جميع جوانب العملية الإعلامية للدراسة والتحليل ، فى اطار تفاعلها مع المتغيرات السياسية والاقتصادية والثقافية والتكنولوجية.

وحددت الشروط المنهجية للبحوث النقدية ، فى تقديم الاهتمامات الاجتماعية للناس على المناهج ، وتقييم أنشطة وسائل الإعلام على اساس الاداء الفعلى وليس على اساس اهدافها المعلنة ، ومراعاة السياق العام للعملية الاتصالية . والاخذ بالمدخل التكاملى فى بحوث الإعلام ، والمشاركة فى اعداد بحوث جماعية مع التخصصات الاخرى مثل التاريخ والقانون والاجتماع والاقتصاد ، والتركيز على الارتباط والاندماج الاجتماعى ، والتوقعات الدلالية وتنوع الاختبارات فى دراسات الجمهور. كما حددت الدراسة ثلاثة محاور أساسية للبحث والدراسة تتمثل فى التبعيه الإعلامية ، والذاتية الثقافية ، والإعلام والمشاركة الجماهيرية .

٧ - قضايا الباحثين الشبان ومشكلاتهم فى الوطن العربى: (٩)

جاءت هذه الورقة البحثية فى إطار حلقة نقاش نظمها مركز دراسات الوحدة العربية حول المشاكل والطموحات التى تواجه الباحثين الشبان فى الوطن العربى .

صنفت الورقة مشكلات الباحثين على النحو التالى :

– مشكلات عامة تتعلق بالضغوط السياسية والاقتصادية والاجتماعية وضعف اهتمام النظم الحاكمة بالبحث العلمى وجدواه .

– مشكلات تتعلق بالاعداد الاكاديمى وتتمثل فى طبيعة النظم التعليمية ، ومعايير تعيين المعيدين ، ومشكلة اللغة ، والعلاقة بين المشرف والباحث .

- مشكلات تتعلق بالأوضاع المادية ، واتساع الفجوة بين دخول الباحثين الشبان ومتطلبات الحياة والبحث العلمى .

- مشكلات تتعلق بمستلزمات البحث التجريبى ومصادر المعلومات ، تتمثل فى عدم توافر مراكز مجهزة للببليوغرافيا والمعلومات ، وصعوبة الاطلاع على الوثائق والمستندات.

واوضحت الورقة ان هذه المشاكل تركت مجموعة من الاثار السلبية على الانتاج العلمى للباحثين الشبان ، تتمثل فى عدم الاستخدام الكفء للمناهج والاساليب والادوات البحثية ، واللجوء لاختيار موضوعات سهلة ومباشرة وضعف الممارسة النقدية نتيجة عدم التمكن من مناهج البحث ، وطغيان الاسلوب الوصفى والسردى فى معالجة الظواهر والمشكلات موضوع البحث.

وأوصت الورقة بتطوير نظم التعليم ، وتوفير الحرية الاكاديمية ، وتطوير المقررات وتعميق المواد المتعلقة بمناهج البحث وتطوير قواعد تعيين المعيدين والمدرسين المساعدين فى الجامعات، وتنظيم دورات تدريبية للباحثين الشبان .

مما سبق نلاحظ أن معظم الدراسات ركزت على تحليل وتقويم الرسائل العلمية وخططها، وهو مايمثل بعداً واحداً من أبعاد إشكالية المنهج لدى شباب الباحثين الإعلاميين ، التى تشمل الباحثين الشبان والمشرفين ، والجامعات والمراكز البحثية ، ومقررات الدراسات العليا ، بجانب المنتج العلمى الذى يعكس القصور الحاصل فى مختلف الابعاد.

ومن هنا تتضح أهمية القاء الضوء على هموم ومشكلات وطموحات شباب الباحثين الإعلاميين كمدخل لمعالجة إشكالية المنهج فى بحوث الإعلام .

مشكلة البحث :

يتضح من خلال المقارنة ، بين نتائج الدراسات التى اهتمت بتحليل وتقويم الرسائل العلمية والخطط البحثية المسجلة ، تقارب نتائجها إلى حد كبير ، رغم تباعد الفترات الزمنية التى أجريت خلالها (٨٠ - ٨٦ - ١٩٩٤) حيث تكاد تتفق على ان هناك قصوراً منهجياً فى نسبة كبيرة من تلك البحوث ، نتيجة عدم إلمام شباب الباحثين الإعلاميين بأولويات البحث العلمى وأساسياته ، وعدم درايتهم بالجوانب الاجرائية ، والميل إلى دراسة موضوعات نمطية ، وعدم تعدد المناهج والادوات والاساليب البحثية ، علاوة على ضعف التعامل النقدى مع المنهج بوجه عام .

وإذا كانت دراسة المنتج (الرسالة) تساعد على تحليل وتقويم الجوانب المنهجية والاجرائية . فإن دراسة المنتج (الباحث) تساعد على تحليل وتقويم عملية الاعداد الاكاديمى للباحثين الشبان

وطرق تعاملهم مع المناهج والادوات والاساليب البحثية . ومن هنا ، فإن مشكلة البحث تتلخص فى السؤال التالى :

ما هى رؤية شباب الباحثين الإعلاميين لإشكالية المنهج فى البحوث الإعلامية ، وإلى أى مدى تساعد عملية الاعداد الاكاديمى فى تطوير هذه الرؤية وصقل خبراتهم وتنمية قدراتهم البحثية ؟

أهداف البحث وتساؤلاته:

تسعى الدراسة إلى التعرف على رؤية شباب الباحثين الإعلاميين لإشكالية المنهج ، ورصد وتحليل وتقويم عملية الاعداد الاكاديمى للباحثين الشبان ، ومدى إسهام هذه العلمية فى فهم واستيعاب المنهج والتعامل معه بوعى وعمق.

ومن أجل تحقيق هذا الهدف تطرح الدراسة التساؤلات الآتية :

١ – ما هى رؤية شباب الباحثين الإعلاميين وتقويمهم لعملية الاعداد الاكاديمى للباحثين الشبان فى كلية الإعلام وأقسام الصحافة والإعلام بالجامعات المصرية ؟

٢ – كيف يتعامل شباب الباحثين الإعلاميين مع المناهج والأدوات والاساليب البحثية ؟

٣ – ما هى طبيعة العلاقة بين الباحث الشباب والمشرف ؟ وما مدى فعالية هذه العلاقة فى صقل وتنمية قدراته البحثية ؟

٤ – ما هو توصيف شباب الباحثين الإعلاميين للمشكلات المنهجية فى بحوث الإعلام ؟

٥ – ما هى مقترحات شباب الباحثين للتغلب على المشكلات المتعلقة بالقصور المنهجى والاعداد الاكاديمى للباحثين الشبان ؟.

٦ – هل توجد فروق ذات دلالة بين الباحثين المقيدين بكلية الإعلام – جامعة القاهرة ، والباحثين المقيدين باقسام الإعلام والصحافة بجامعات الازهر وجنوب الوادى والزقازيق والمنيا فيما يتعلق برؤيتهم لاشكالية المنهج ، وتعاملهم مع المنهج وتفاعلهم مع المشرف ؟.

الجوانب المنهجية:

تندرج الدراسة فى إطار الدراسات الوصفية ، حيث أنها تستهدف توصيف وتحليل وتقويم رؤية شباب الباحثين الإعلاميين لإشكالية المنهج وعملية الاعداد الاكاديمى للباحثين الشبان.

وتعتمد الدراسة على منهج المسح بهدف مسح تصورات شباب الباحثين الإعلاميين وطرق تعاملهم مع المنهج ، والمشكلات التى تعوق بحوث الإعلام !

وتستعين الدراسة بالادوات التالية فى جمع البيانات وتحليلها :

١ – استمارة استبيان طبقت على عينة تضم ٥٠ مبحوثاً من المدرسين المساعدين والباحثين المقيدين بدرجة الدكتوراة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة واقسام الصحافة والإعلام بجامعات الازهر وجنوب الوادى والزقازيق والمنيا.

٢ – إجراء مقابلات مع عدد من المبحوثين لاستيفاء وتدقيق بيانات الاستبيان.

٣ – الملاحظة بالمشاركة بحكم الخبرة البحثية السابقة ، وعمل الباحث كمدرس بقسم الإعلام – كلية الآداب – جامعة المنيا.

٤ – تحليل الوثائق المكتبية التى تضمنت الرسائل العلمية للمبحوثين ، والدراسات السابقة التى تناولت الانتاج العلمى للباحثين الشبان ، وإشكالية المنهج فى بحوث الإعلام.

واستخدمت الدراسة اختبار كا^2 (مربع كاى) Chi Square Test لقياس دلالة الفروق بين رؤية الباحثين المقيدين بكلية الإعلام والباحثين المقيدين بأقسام الصحافة والإعلام.

ويتحدد المجال البشرى للدراسة فى الباحثين الإعلاميين الشبان بكلية الإعلام وأقسام الصحافة والإعلام بالجامعات المصرية. وهذه الفئة تضم المعيدين والمدرسين المساعدين والباحثين المقيدين بدرجتى الماجستير والدكتوراة. ونظراً لعدم توافر خبرة بحثية كافية ومكتملة، لدى المقيدين بدرجة الماجستير ، اقتصرت عينة الدراسة على المقيدين بدرجة الدكتوراة ، حيث تتيح خبراتهم البحثية فى إعداد رسائل الماجستير ، خلفية علمية وعملية يمكن الاستناد اليها فى وصف وتحليل وتقويم عملية الاعداد الاكاديمى للباحثين الإعلاميين الشبان ورؤيتهم ، وطرق تعاملهم مع المناهج والادوات والاساليب البحثية.

ولتحديد حجم العينة وتصميم الاستبيان اتبعنا الخطوات التالية :

١ – إجراء حصر شامل لرسائل الماجستير والدكتوراة التى نوقشت منذ عام ١٩٤٠ وهو العام الذى شهد مناقشة أول رسالة ماجستير فى الإعلام ، قدمها **ابراهيم عبده** لقسم التاريخ بكلية الآداب – جامعة القاهرة بعنوان « تاريخ الصحافة المصرية خلال الفترة ١٧٩٨ – ١٨٨٢ »[١٠] وحتى نهاية عام ١٩٩٥. وقد تبين من خلال الحصر الشامل للرسائل العلمية فى جامعات القاهرة والازهر وجنوب الوادى والزقازيق ، ان إجمالى عدد الرسائل بلغ ٥٣٧ رسالة منها ٣٢٣ رسالة ماجستير و ٢١٤ رسالة دكتوراة موزعة على النحو التالى :

أ – كلية الآداب – جامعة القاهرة (قسما التاريخ والصحافة) ٤٨ رسالة منها ٢٥ رسالة ماجستير و٢٣ رسالة دكتوراة خلال الفترة من (١٩٤٠ – ١٩٧٨).

ب – كلية الإعلام – جامعة القاهرة : ٣٨٨ رسالة منها ٢٣٧ رسالة ماجستير و ١٥١ رسالة دكتوراة موزعة على النحو التالى :(*)

– قسم الصحافة (١٢٢ ماجستير – ٦٩ دكتوراة) وقسم الاذاعة (٦٥ ماجستير ٠- ٤٩ دكتوراة) وقسم العلاقات العامة والإعلان (٦٠ ماجستير – ٢٣ دكتوراة).

جـ – قسم الصحافة والإعلام – جامعة الازهر : ٤٧ رسالة منها ٢٧ رسالة ماجستير ، ٢٠ رسالةدكتوراة.

د – قسم الصحافة بكلية آداب سوهاج – جامعة جنوب الوادى ٣١ رسالة منها ١٨ رسالة ماجستير و ١٣ رسالة دكتوراة (**).

هـ – قسم الإعلام بكلية الآداب – جامعة الزقازيق : ٢٣ رسالة منها ١٦ رسالة ماجستير و ٧ رسائل دكتوراة.

٢ – إجراء حصر شامل للرسائل العلمية المقيدة بجامعات القاهرة والازهر وجنوب الوادى والزقازيق والمنيا ، حيث بلغ عددها ١٧٤ رسالة منها ١٠٤ رسالة ماجستير و ٧٠ رسالة دكتوراة موزعة على النحو التالى :

أ – كلية الإعلام – جامعة القاهرة :٩٥ رسالة منها ٥٩ ماجستير و ٣٦ دكتوراة موزغة كالتالى : قسم الصحافة (١٦ ماجستير – ١٢ دكتوراة) – قسم الاذاعة (٢٧ ماجستير – ١٤ دكتوراة) – قسم العلاقات العامة والاعلان (١٦ ماجستير – ١٠ دكتوراة).

ب – قسم الصحافة والإعلام بجامعة الازهر : ٢٠ رسالة منها ١٠ ماجستير و ١٠ دكتوراة.

جـ – قسم الإعلام بجامعة الزقازيق : ٢٧ رسالة منها ١٧ ماجستير و ١٠ دكتوراة.

د – قسم الصحافة بجامعة جنوب الوادى : ٢٢ رسالة منها ١٤ ماجستير و ٨ دكتوراة.

هـ – قسم الإعلام بجامعة المنيا : ١٠ رسائل منها٤ ماجستير و ٦ دكتوراة.

٣ – إجراء اختبار قبلى لاستمارة الاستبيان على ١٥ مبحوثاً ، وتعديل عدد من أسئلتها واضافة اسئلة جديدة للاستمارة النهائية.

٤ – تم توزيع (٦٠) استمارة على المبحوثين بالجامعات الخمس ، فعادت منها (٥٠) استمارة بنسبة استجابة تبلغ (٣ر٨٣٪). وهكذا مثلت العينة (٣ر٩٪) من اجمالى الباحثين الذين حصلوا على الماجستير والدكتوراة فى الجامعات الخمس و (٥ر١٥٪) من اجمالى الحاصين على الماجستير و (٧ر٢٨٪) من اجمالى المقيدين بدرجتى الماجستير والدكتوراة و (٤ر٧١٪) من اجمالى المقيدين بدرجة الدكتوراة وهى نسبة مرتفعة تقترب من الحصر الشامل للباحثين المقيدين بدرجة الدكتورة ، إذا استبعدنا الباحثين المبعوثين للخارج والمبعوثين العرب .

نتائج الدراسة

أولاً: الخصائص العامة للعينة:

١ - تضمنت العينة ٥٠ مبحوثاً ، بينهم ٣٧ باحثاً ، و١٣ باحثة.

٢ - بلغ عدد المدرسين المساعدين ٣٠ مدرساً مساعداً بنسبة (٦٠٪) فى حين بلغ عدد الباحثين من خارج الجامعة ٢٠ باحثاً بنسبة (٤٠٪) بينهم ٥ صحفيين ، و٤ مذيعين ، و١١ من العاملين فى مجال الإعلام.

٣ - بلغت نسبة الباحثين المقيدين بدرجة الدكتوراة فى كلية الإعلام - جامعة القاهرة (٥٠٪) يليهم الباحثون المقيدون بقسم الصحافة - كلية اللغة العربية - جامعة الازهر (١٦٪) ثم المقيدين بقسم الصحافة - آداب سوهاج - جامعة جنوب الوادى والاعلام -آداب الزقازيق (١٢٪) لكل منهما و اخيراً قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا (١٠٪).

٤ - جاء تخصص الصحافة فى المرتبة الاولى بنسبة (٤٤٪) يليه الاذاعة والتليفزيون (٣٢٪) ثم العلاقات العامة (٢٤٪).

٥ - فيما يتعلق بنوعية بحوث الماجستير التى أجراها المبحوثون ، ارتفعت نسبة البحوث التحليلية إلى (٣٠٪) تليها البحوث التحليلة والميدانية (٢٦٪) ثم البحوث المكتبية (٢٢٪) والبحوث الميدانية (٢٠٪) فى حين بلغت نسبة البحوث التجريبية (٢٪) فقط ، الأمر الذى يشير إلى غلبة البحوث التى تعتمد على الضبط الكمى ، وتراجع البحوث المكتبية إلى حد ما.

وبأستخدام أختبار كا^2 تبين ان الفروق غير دالة بين الباحثين المقيدين بكلية الإعلام والباحثين المقدين باقسام الإعلام فيما يتعلق بنوعية بحوث الماجستير.

٦ - تعددت موضوعات بحوث الماجستير التى أعدها المبحوثون وجاءت الموضوعات المتعلقة بالفنون الإعلامية فى المرتبة الاولى (٢٦٪) تليها بحوث تاريخ وسائل الإعلام (١٦٪) ثم بحوث تاريخ وسائل الاعلام (١٦٪) ثم بحوث الجمهور (١٤٪) وبحوث الإعلام والتنمية وبحوث الإعلام الإسلامى (١٠٪) لكل منها ، وبحوث التاثير وبحوث الإعلام والصورة الذهبية (٦٪) لكل منها ، وبحوث الإعلام العربى وبحوث الرآى العام والدعاية (٤٪) لكل منها ، وأخيراً بحوث الإعلام الدولى وبحوث التشريعات الإعلامية (٢٪) لكل منها.

٧ – أنجز (٤٦٪) من المبحوثين رسائل الماجستير خلال أقل من اربع سنوات ، وهى المدة القانونية للقيد وفى حين انجزها (٣٤٪) خلال اقل من ثلاث سنوات ، وحصل (١٠٪) على تمديد لعام خامس و (٨٪) على تمديد لعام سادس. وحصل باحث فقط على الماجستير قبل انقضاء سنتين على تاريخ التسجيل ، الامر الذى يعكس طول الفترة الزمنية التى يستغرقها الباحثون فى معالجة موضوعات تتسم فى الغالب بالعمومية وضخامة حجم العينات المدروسة.

٨ – حصل (٨٤٪) من المبحوثين على الماجستير بتقدير ممتاز ، مقابل (١٦٪) فقط حصلوا على تقدير جيد جداً ، مما يشير إلى ان الامتياز هو القاعدة ، وان التقديرات الدنيا هى الاستثناء ، وهو ما يمثل غبناً للباحثين المتميزين ، الذين يوضعون فى كفة واحدة مع زملاء أقل منهم كفاءة وجهداً.

ثانياً: الإعداد الاكاديمى لشباب الباحثين الإعلاميين:

١ – أظهرت الدراسة ان (٦٩٪) من المبحوثين درسوا مادة مناهج البحث فى مرحلة البكالوريوس أو الليسانس ، فى حين درسها (٤٪) فى مرحلة الدبلوم وهذه النسبة المحدودة تمثل الباحثين الذين تخرجوا فى كليات اخرى غير كليات وأقسام الإعلام والصحافة.

٢ – تبين أن (٥٨٪) من المبحوثين تدربوا خلال السنة التمهيدية للماجستير على إجراء البحوث ، مقابل (٤٢٪) لم تجر لهم أية تدريبات ، وهى نسبة عالية تعكس غياب الجوانب العملية فى المقررات الدراسية ، وعدم الاهتمام بتدريب الطلاب على كيفية صياغة المشاكل العلمية الفروض ، واستخدام المناهج والادوات والاساليب وعرض النتائج وتفسيرها ، وكتابة القوائم البيليوغرافية والهوامش.

٣ – شارك ٩ مبحوثين فقط فى دورات تدريبية فى مجال مناهج البحث ، جميعهم من المدرسين المساعدين بكلية الإعلام – جامعة القاهرة. وتمثلت هذه الدورات فى ورش العمل فى إطار مؤتمرات الإعلام البيئى التى نظمتها الكلية والتدريب على استخدامات الحاسب الالى فى البحوث الإعلامية ، بجانب دورات تدريبية أتيحت لثلاثة باحثين خارج الكلية من خلال المكاتب الخاصة للبحوث والإعلان.

٤ – أظهرت نتائج الدراسة قصور برامج ومقررات السنة التمهيدية للماجستير فى تنمية القدرات البحثية لدى الطلاب ، حيث ذكر (٣٦٪) ان الدراسة لم تضف اليهم شيئاً يذكر ، مقابل

(٣٠٪) قالوا ان الدراسة أسهمت فى تنمية مهارتهم البحثية ، و (٣٤٪) قالوا الى حد ما ، مما يوكد الحاجة إلى اعادة النظر فى مقررات السنة التمهيدية للماجستير ، لتصبح اكثر فعالية فى صقل الخبرات البحثية لطلاب الدراسات العليا.

وأرجع المبحوثون عدم استفادتهم من مقررات السنة التمهيدية للماجستير إلى عدة أسباب منها ، التركيز على الجانب النظرى ، وحشو المناهج وتغيب الاساتذة عن قاعات البحث ، وعدم التدقيق فى اختيار أساتذة مناهج البحث ، وغياب التفاعل العلمى ، ولجوء معظم الاساتذة إلى منح تكليفات للطلاب باعداد ملخصات لكتب مناهج البحث ، ومشروعات بحوث ، دونما متابعة أو مناقشة ، لتصبح هذه التكليفات بديلاً للمحاضرات ، ويكتفى بتقديمها فى نهاية العام الدراسى .

وبالمقارنة بين الباحثين المقيدين بكلية الإعلام والباحثين المقيدين بأقسام الإعلام الاقليمية تبين ارتفاع نسبة الذين يعتقدون فى فعالية برامج السنة التمهيدية للماجستير بين المقيدين بكلية الإعلام (٤٤٪) مقابل (١٦٪) فى اقسام الإعلام. وبلغت نسبة الذين اكدوا عدم فعالية تلك البرامج بين المقيدين باقسام الإعلام (٥٢٪) مقابل (٢٠٪) بين المقيدين بكلية الإعلام. وبتطبيق أختبار كا٢ تبين ان الفروق بينهما ذات دلالة حيث بلغت قيمة كا٢ الحسابية (٨٤ر٦) عند مستوى معنوية (٠٥ر٠) فى حين بلغت قيمة كا٢ الجدولية (٩٩ر٥) مما يعنى ان هناك علاقة بين فعالية برامج السنة التمهيدية للماجستير والجهة التى يدرس بها الطالب ، حيث تنخفض درجة الفعالية فى أقسام الإعلام ، التى بدأت فى تدريس برامج الدراسات العليا قبل أن تكتمل إمكانياتها الاكاديمية.

٥ - وبسؤال المبحوثين عن كيفية اختيارهم لموضوعات بحوث الماجستير ، أجاب (٤٠٪) ان الاختيار تم بمبادرة شخصية ، وفى حين ارتضى (٢٤٪) باقترحات مشرفيهم الذين أملوا عليهم أفكار موضوعاتهم وجاءت اختيارات (٢٦٪) محصلة للنقاش بين المشرف والطالب. وبينما اعتمد (٨٪) على اقتراحات أساتذتهم ، التزم (٢٪) بالخطة البحثة للكلية أو القسم ، مما يعكس ضعف الاهتمام بالتخطيط فى مجال البحوث الإعلامية ، وتعاظم دور المشرف الذى يميل غالباً إلى موضوعات وثيقة الصلة بتخصصه . وفى هذا الاطار ، يتكرر تسجيل موضوعات مشابهة سبق بحثها فى كليات وأقسام اخرى.

٦ - أكد (٧٠٪) من المبحوثين ان موضوعات بحوثهم ترتبط بالواقع الإعلامى الراهن مقابل (١٨٪) قالوا انها مرتبطة إلى حد ما و (١٢٪) قالوا لا.

٧ - تبين ان (٧٨٪) من المبحوثين لم تناقش خططهم البحثية فى « سيمنار علمى » مقابل (٢٢٪) أتيحت لهم هذه الفرصة مما يشير إلى غياب هذا التقليد العلمى ، الذى يعالج الثغرات المترتبة على الارتجال والتعجل ، وغياب التنسيق بين أقسام الإعلام ، كما يرشد الباحثين إلى قواعد التعامل المنهجى. واتضح ان معظم المبحوثين الذين نوقشت خططهم قبل التسجيل ، من المدرسين المساعدين بكلية الإعلام - جامعة القاهرة ، حيث بلغت نسبتهم (٥ر٨٧٪) مقابل (٢٥ر٦٪) لكل من الباحثين المقيدين بجامعتى الزقازيق وجنوب الوادى ، الامر الذى يعكس اهتمام كلية الإعلام بمناقشة مشروعات البحوث وتنقيها قبل عرضها على مجالس الاقسام ، وان كان المتابع لعقد هذه الندوات العلمية ، يلاحظ توقفها لمدة طويلة ، وانعقادها على فترات متباعدة وفق حماس المشرفين والباحثين ، فضلاً عما تثيره من مخاوف التحول إلى تصفية الحسابات وتعويق عملية التسجيل ، إلا ان هذا التقليد يظل الفرصة الاخيرة لتنقيح الخطة قبل ان يشرع الباحث فى اعداد دراسته.

ثالثاً: استخدام شباب الباحثين الإعلاميين للمناهج والأدوات:

١ - أظهرت النتائج ان غالبية المبحوثين استخدموا منهجاً واحداً فقط ، حيث بلغت نسبتهم (٦٨٪) فى حين بلغت نسبة الذين استخدموا ثلاثة مناهج (٢٠٪) والذين استخدموا منهجين (١٢٪) وهو ما يشير إلى عدم ميل شباب الباحثين الإعلاميين إلى استخدام ما يسمى بالتكامل المنهجى فى معالجة الظواهر الإعلامية.

وتبين ان منهج المسح الإعلامى هو المنهج الغالب فى لستخدمات شباب الباحثين الإعلاميين ، حيث بلغت نسبة الذين استخدموه (٩ر٥٣٪) مما يعكس النمطية فى استخدام المناهج . وجاء المنهج المقارن فى المرتبة الثانية (٨ر١٥٪) يليه المنهج التاريخى (٥ر١٤٪) ثم دراسة الحالة (٦ر٦٪) والمنهج الاحصائى (٣ر٥٪) فى حين بلغت النسبة (٣ر١٪) لكل من المنهج التجريبى والبناء الوظيفى ودراسة الخطاب ، وهو ما يشير إلى غلبة المنهج الوصفى ، والاضطراب الحاصل فى المصطلحات المنهجية ، الخلط بين المنهج والاداة والاسلوب ، الامر الذى يفرض بالحاح ضرورة صياغة مناهج مستقلة خاصة بالدراسات الإعلامية.

٢ - تعددت الادوات البحثية المستخدمة ، على نحو مخالف لاستخدامات المناهج حيث بلغت نسبة الذين استخدموا ثلاثة ادوات (٣٦٪) والذين استخدموا ، أداتين (٣٠٪) والذين استخدموا أداة واحدة (٢٦٪) فى حين بلغت نسبة الذين استخدموا اكثر من ثلاث ادوات (٨٪) مما يعكس العناية

الفائقة التى يوليها شباب الباحثين الإعلاميين لعملية جمع المعلومات ، التى تستغرق الكثير من الوقت والجهد فى تبويبها وتحليلها ، على الرغم من تضاؤل اهمية اغلب النتائج التى تسفر عنها هذه الدراسات .

٣ - ويتضح لنا غلبة الاساليب الكمية فى جمع البيانات ، حيث تصدرت أداة تحليل المضمون القائمة (٣١٪) مما يعكس المكانة المتقدمة التى يحظى بها تحليل المضمون فى الدراسات الإعلامية بوجه عام ، والرسائل العلمية بوجه خاص. وجاءت استمارة الاستبيان فى المرتبة الثانية (٤ر٢٧٪) تليها الملاحظة (١ر١٣٪) ثم المقابلة (٧ر١٠٪) والمقابلات المتعمقة (٦ر٤٪) وتحليل الدلالة وتحليل الشكل (٤ر٢٪) لكل منها ، فى حين بلغت النسبة (٢ر١٪) لكل من تحليل الخطاب ، ومسار البرهنه ، وتحليل القوى الفاعلة ، وتحليل الاطر المرجعية ، ومقاييس الذكاء ، والمستوى الاقتصادى والاجتماعى ، وهو ما يشير إلى محاولات محدودة لتطبيق الادوات البحثية الجديدة التى تعكس التفاعل بين الدراسات الإعلامية والدراسات الجديدة فى العلوم الاجتماعية والانسانية .

٤ - أجاب (٦٨٪) من المبحوثين ان المناهج والادوات التى استخدموها جاءت ملبيه لأهداف دراساتهم ، فى حين ذكر (٣٢٪) انها كانت ملبية إلى حد ما .

٥ - وبسؤال المبحوثين عن مدى طغيان استخدام الاداة على المنهج ، أجاب (٥٢٪) بنعم مقابل (٤٨٪) قالوا لا ، مما يعكس عدم وضوح الفروق بين الاداة والمنهج ، وتراجع المنهج فى ظل الاحتفاء بجمع المعلومات ، تدلنا على ذلك شهادة بعض المبحوثين ، الذين اكدوا انهم اعتمدوا بشكل اساسى على الأداة بصورة جعلت ذكر المنهج مجرد حاصل ، لاستكمال الشكل التجريبى لدراساتهم .

٦ - أظهرت النتائج ارتفاع درجة ثقة شباب الباحثين الاعلامين فى كفاءتهم العلمية ، حيث أعرب (٤٧٪) عن اعتقادهم انهم استخدموا المناهج والادوات البحثية بكفاءة علمية ، وقال (٢٦٪) انهم استخدموها بكفاءة إلى حد ما وهو ما يشير إلى غياب النقد الذاتى ، فى الوقت الذى يشكو فيه غالبية شباب الباحثين الاعلاميين من قصور برامج السنة التمهيدية للماجستير، وغياب البرامج التدريبية ، التى تنمى خبرة الباحثين ، وتصقل مهاراتهم.

وكشفت المقارنة بين الباحثين المقيدين بكلية الإعلام ، والباحثين المقيدين باقسام الإعلام

عدم وجود فروق ذات دلالة فيما يتعلق بتصورهم لمدى كفاءتهم العملية فى استخدام المناهج والادوات ، حيث بلغت قيمة كا٢ الحسابية (٩٦ر١) فى حين بلغت قيمة كا٢ الجدولية (٨٤ر٣).

٧ – وبالرجوع إلى الرسائل العلمية للمبحوثين ، ومراجعة الخطوات الإجرائية ، تبين ان (٥٦٪) هم الذين قاموا بمسح التراث العلمى السابقس فى مجال دراساتهم وبلغت نسبة الذين اهتموا بتحديد المفاهيم والمصطلحات (٤٢٪) والذين راعوا خطوات تصميم العينة وتحديد الحجم الامثل لها (١٨٪) والذين اجروا اختباراً سابقاً Pretest لاستماراتهم (٣٢٪) فى حين بلغت نسبة الذين استعانوا برأى المحكمين (٦٤٪) والذين اجروا اختبارات الصدق والثبات (٣٨٪) .

وتعكس هذه النتائج عدم تقيد نسبة مرتفعة من شباب الباحثين الإعلاميين بالخطوات الاجرائية العلمية ، التى تكفل الصياغة الدقيقة لمشكلة البحث وتساؤلاته وفروضه ، والتدقيق فى اختيار االعينة ، وتصميم استمارات الاستبيان والتحليل ، الامر الذى يكشف مدى القصور والتحيز ، وتضاؤل دور الاشراف فى تحقيق الضبط العلمى ، وترسيخ الالتزام بالخطوات الاجرائية التى تمثل منظومه متكاملة ، تبدأ بالوعى بالمشكلة البحثية ، وتنتهى باستجلاء كافة أبعادها وعناصرها من خلال التوصيف والتحليل والاستنتاج .

رابعاً: رؤية شباب الباحثين الاعلاميين للعلاقة بين الباحث والمشرف

١ – بلغت نسبة المبحوثين الذين اشرف عليهم مشرف واحد طوال فترة اعداد رسالة الماجستير (٤٠٪) وهو ما يشير إلى الاستقرار النسبى فى عملية الاشراف العلمى ، وتفضيل بعض الاساتذة الانفراد بمسئولية الاشراف دون حاجة إلى مشرف مشارك أو مساعد . أما الذين اشرف عليهم مشرفان فبلغت نسبتهم (٣٤٪) وهو ما نجد تبريره فى اتجاه معظم الاقسام إلى اشراك الاساتذة المساعدين والمدرسين فى عملية الاشراف ، فى حين بلغت نسبة الذين تعاقب عليه ثلاثه مشرفين أو اكثر (٢٦٪) الامر الذى له انعكاساته السلبية على الباحثين ودراساتهم نتيجة تعدد وتناقض التعديلات المترتبة على تغيير المشرفين.

٢ – اظهرت لنتائج محدودية التفاعل العلمى بين الباحث والمشرف ، حيث ارتفعت نسبة الذين قالوا ان درجة التفاعل منخفضة إلى (٣٦٪) وبلغت الذين قالوا انها منعدمة (١٨٪) فى حين

بلغت نسبة الذين وصفوها بانها متوسطة (٣٢٪) وعاليه (١٤٪) وهو ما يعكس محدودية دور معظم المشرفين على الرسائل العلمية ، واقتصار هذا الدور على مساعدة الباحث على التسجيل، وقراءة الرسالة قبل الطبع، ثم تشكيل لجنة المناقشة.

وكشفت المقارنة بين الباحثين المقيدين بكلية الإعلام والباحثين المقيدين باقسام الإعلام ، ارتفاع درجة التفاعل العلمى بين الباحث والمشرف فى كلية الإعلام حيث بلغت (٢٨٪) وانخفاضها فى اقسام الإعلام حيث بلغت نسبة الذين قالوا منخفضة (٤٠٪) ومنعدمة (٣٦٪). وبتطبيق اختيار كا٢ تبين ان الفروق بينها ذات دلالة ، حيث بلغت قيمة كا٢ الحسابية (٢٢ر٩) لثلاث درجات حرية وعند مستوى معنوية (٠٥ر٠) فى حين بلغت قيمة كا٢ الجدولية (٨١ر٧) وهو ما يعنى ان هناك علاقة بين درجة التفاعل العلمى بين الباحث والمشرف والامكانيات العلمية المتوفرة لدى جهة التسجيل ، حيث ترتفع فى كلية الإعلام التى تضم عدداً كبيراً من الاساتذة ذوى التخصصات المختلفة ، والخبرات الواسعة ، وتنخفض فى اقسام الإعلام لقلة عدد أساتذتها ، وبروز ظاهرة « الاستاذ او المشرف المحتكر » الذى يشرف على كافة رسائل القسم بوصفه الاستاذ الوحيد الموجود بالقسم .

٣ - وبسؤال المبحوثين عن مدى التزامهم بملاحظات المشرفين ، تبين أن (٤٨٪) التزموا دائما و (٣٠٪) احياناً و(١٨٪) نادراً فى حين أوضح (٤٪) فقط انهم لم يلتزموا اطلاقاً ، وهو ما يعكس التزام غالبية المبحوثين بما يقدمه المشرفون من ملاحظات علمية ، حيث يعد هذا الالتزام فى أغلب الأحيان شرطاً ضرورياً لمنح إذن طبع الرسالة ، أو التدليل على ولاء التلميذ لاستاذه ، يدلنا على ذلك ان (٢ر٥٤٪) من الذين قالوا انهم التزموا دائماً ، كانوا مضطرين لذلك رغم عدم اقتناعهم ببعض الملاحظات و استناداً لوجهات نظر أساتذه رجعوا اليهم للتدقيق فى هذه الملاحظات ، فى حين أكد (٨ر٤٥٪) ان التزامهم جاء محصلة نقاش وتفاعل واقتناع.

وكشفت المقارنة وجود فروق ذات دلالة بين الباحثين المقيدين بكلية الإعلام والباحثين المقيدين بأقسام الإعلام ، فيما يتعلق بمدى الالتزام بملاحظات المشرف.

٤ - تبين ارتفاع درجة الحرية التى يتمتع بها شباب الباحثين الإعلاميين حيث بلغت نسبة الذين قالوا إن المشرفين يحترمون حرية الباحثين (٣٨٪) وذكر (٤٤٪) ان درجة احترام المشرف لحرية الباحث نسبيه ، فى حين بلغت نسبة الذين افتقدوا هذه الحرية نتيجة تدخل المشرفين (١٨٪)

وهذه نسبة محدودة نسبياً تعكس الضغوط التى يتعرض لها بعض الباحثين ، نتيجة خلافاتهم الفكرية والسياسية مع بعض المشرفين.

٥ – اتضح محدودية فعالية دور المشرف فى تعميق مسألة المنهج لدى الباحث ، حيث بلغت نسبة الذين قالوا نعم (٣٢٪) وإلى حد ما (٤٠٪) فى حين بلغت نسبة الذين ذكروا ان المشرف لم يكن له دور فى تعميق مسألة المنهج (٢٨٪).

ووتعددت اسباب محدودية فعالية دور المشرف ، وفق رؤية شباب الباحثين الاعلاميين حيث جاء فى المقدمة الاشراف على العديد من الرسائل العلمية (٨ر٣٥٪) يليه عدم تخصص المشرف فى موضوع الدراسة (٤ر٢١٪) ثم تعدد مسئولياته الادارية ، وتعدد سفرياته (٣ر١٤٪) لكل منهما وعدم تعاون الطالب مع المشرف ، وغياب التفاعل العلمى (١ر٧٪) لكل منهما .

وكشفت المقارنة بين الباحثين المقيدين بكلية الإعلام والباحثين المقيدين بأقسام الإعلام ، ارتفاع درجة فعالية دور المشرف فى كلية الإعلام (٤٤٪) وانخفاض هذه الدرجة فى أقسام الإعلام حيث بلغت (٤٠٪). وبتطبيق اختبار كا٢ تبين ان الفروق بينهما ذات دلالة ، حيث بلغت قيمة كا٢ الحسابية (٨ر٤) لدرجتين حرية وعند مستوى معنوية (١ر٠) فى حين بلغت قيمة كا٢ الجدولية (٦ر٤).

٦ – وبسؤال المبحوثين عن نظرتهم لمدى موضوعية اسباب منح التقدير فى لجنة المناقشة ، أجاب (٤٦٪) ان التقدير يمنح وفق اعتبارات شخصية مقابل (٣٨٪) ذكروا ان التقدير يمنح وفق معايير موضوعية ، فى حين بلغت نسبة الذين قالوا ان الحظ يتدخل احياناً (١٦٪) وهو ما يشير إلى غلبة الاعتبارات الشخصية ، سواء فى طريقة تشكيل لجان المناقشة ، أو أسلوب منح التقدير ، الامر الذى يقتضى تدقيق مجالس الاقسام والكليات فى تشكيل لجان المناقشة ، والاتفاق على معايير موضوعية للتقييم ومنح التقدير ، أسوه بما تم بشأن نظام العمل وقواعد التقييم باللجان العلمية الدائمة لترقيات أعضاء هيئة التدريس ، مع مراعاة الفروق بين المتقدمين للترقية من اعضاء هيئة التدريس والباحثين المتقدمين للحصول على درجتى الماجستير والدكتوراة.

وكشفت المقارنة بين الباحثين المقيدين بكلية الإعلام ، والباحثين المقيدين باقسام الإعلام، وارتفاع درجة المعايير الموضوعية المتبعة فى منح التقدير فى كلية الإعلام حيث بلغت نسبة الذين قالوا ان التقدير يمنح وفق معايير موضوعية (٥٦٪) مقابل (٢٠٪) فى أقسام الإعلام ، وبلغت نسبة

الذين اشاروا للاعتبارات الشخصية فى اقسام الإعلام (٥٢٪) مقابل (٤٠٪) فى كلية الإعلام ، فى حين بلغت نسبة الذين اعترفوا بتدخل الحظ فى اقسام الإعلام (٢٨٪) مقابل (٤٪) فى كلية الإعلام ، وهو ما يشير إلى تعاظم دور الاعتبارات الشخصية بوجه عام.

وبتطبيق اختبار كا[٢] تبين أن الفروق بينهما ذات دلالة ، حيث بلغت قيمة كا٢ الحسابية (١٤ر٩) لدرجتين حرية ، وعند مستوى معنوية (٠٢ر٠) فى حين بلغت قيمة كا٢ الجدولية (٨٢ر٧) وهو ما يعنى ان هناك علاقة بين الجهة العلمية التى تمنح التقدير والمعايير المتبعة فى تقييم شباب الباحثين الإعلاميين ، حيث تتراجع المعايير الموضوعية فى إطار ما تعانيه بعض أقسام الإعلام فى الجامعات الاقليمية من غياب مجالس الاقسام وانعدام فعاليتها فى المراقبة والتدقيق، بروز الصراعات الشخصية ، والافتقار إلى التقاليد العلمية المستمدة من تعدد الاساتذة ، واختلاف مدارسهم وتخصصاتهم .

٧ – أظهرت النتائج ان الامانة تأتى فى مقدمة القيم العلمية الايجابية التى يجب أن تسود المجتمع العلمى ، وفق رؤية شباب الباحثين الإعلاميين حيث بلغت الذين اختاروها كقيمة أولى (١٧٪) وجاءت الموضوعية فى المرتبة الثانية (٥٨٪) يليها الصدق (٥١٪) ثم الحرية (٤٣٪) والابداع (٣٩٪) والاصالة (٣٢٪) والجدية (٢٧٪) والكفاءة (١٩٪) والتنافس العلمى (١٣٪) وأخيراً النقد الذاتى (١١٪) وهو ما يشير إلى تراجع قيم الاصالة والتنافس والنقد الذاتى ، وإدراك شباب الباحثين الاعلاميين ان الابداع المنهجى يأتى فى مرحلة تالية لترسيخ قيم الامانة والصدق والموضوعية.

٨ – وبسؤال المبحوثين عن القيم السلبية السائدة فى المجتمع العلمى وترتيبهم لها ، تبين صعود قيم الصراع (٦٢٪) والنفاق (٥٦٪) والشلليه (٤٩٪) والتفيق (٤٧٪) والتحير (٣٩٪) فى حين تراجعت قيم القهر (٢٨٪) والتسيب (٢١٪) والخداع (١٧٪) والتقليد (١٢٪) والتبعية (٩٪) وهو ما يعكس ادراك شباب الباحثين الإعلاميين للانعكاسات الخطيرة لقيم الصراع ، النفاق والشللية والتلفيق ، على ممارساتهم البحثية وانتاجهم الفكرى ، وهو ما يفسر أيضاً غياب المعايير الموضوعية فى تقييم الرسائل العلمية ومنح التقدير العلمى.

وإذا كان الابداع قد احتل مكانة متوسطة كقيمة ايجابية ، فان التبعية جاءت فى ذيل القيم السلبية ، مما يعكس ضعف إحساس شباب الباحثين الإعلاميين بمشكلة التبعية المنهجية والفكرية ،

وتطلعهم إلى بلوغ مرحلة الضبط العلمى ثم الانتقال إلى مرحلة التطوير المنهجى والابداع ، وهى رؤية يحكمها واقع الدراسات الاعلامية التى بدأت ، ولا تزال ، تدرو فى فلك مناهج العلوم الاجتماعية والانسانية الاخرى. ومن ثم فانها تواجه تحديين هامين : الاول يتمثل فى التحرر من فلك التبعية المنهجية للعلوم الاجتماعية ، والثانى ويتمثل فى التحرر من التبعية المنهجية والفكرية بوجه عام ، شأنها فى ذلك شأن العلوم الاجتماعية.

خامساً : رؤية شباب الباحثين الإعلاميين للمشكلات المنهجية فى الدراسات الاعلامية:

١ - أظهر نتائج الدراسة ان (٣٨٪) من المبحوثين يفصلون تماماً بين الاطار المرجعى والمنهج ، مقابل (٨٪) أكدوا تأثرهم بالاطار المرجعى ، فى حين ذكر (٤٦٪) انهم يتاثرون بالاطار المرجعى إلى حد ما.

ويستند الذين يرون صعوبة الفصل بين الاطار المرجعى والمنهج إلى ان اختيار المنهج فى حد ذاته نوع من التحيز ، وان الاطار المرجعى يتدخل بشكل سيكولوجى ولا شعورى فى كافة خطوات البحث ، ومن ثم يؤثر فى اختيار الباحث لموضوع الدراسة وصياغة التساؤلات والفروض العلمية ، وفى الغالب يستخلص نتائج لا تتعارض مع توجهاته. علاوة على ان الاطار المرجعى للباحث يشمل طريقة فهمه للمنهج والاداة و والخبرات لكل منهما ، ومما يدعم ذلك محاولة بعض أساتذه مناهج البحث أدلجة المناهج والادوات وصبغها بتوجهاتهم.

أما الذين يعارضون الخلط بين المنهج والاطار المرجعى ، فيؤكدون ان المنهج شئ والاطار المرجعى شئ آخر ، ويمكن للباحثين على اختلاف اطرهم المرجعية استخدام نفس المنهج والتوصل إلى نفس النتائج ، إذا سار البحث العلمى فى طريقة الصحيح وتم تدقيق خطواته من خلال الرجوع إلى المحكمين واجراء اختبارات الصدق والثبات.

وأياً كان الخلاف حول شروط الموضوعية ، فإن كل منهج يحمل فى أحشائه حتماً خلفية فكرية ، تختصر نفسها ورؤيتها ، وتحليلها ، وان الادوات الاجرائية تمثل الجانب المرئى فى المنهج ، فى حين يتمثل جانبه الخفى فى الرؤية المعرفية ، والخلفية النظرية المؤطرة له ، والمحددة لاهدافها ومرامية. ولا يتحقق الفهم الشامل والعميق للمنهج ، إلا فى إطار هذا التصور الكلى المتكامل [١١].

وتتزايد أهمية الرؤية الشاملة والمتكاملة للمنهج ، فى إطار التبعية المنهجية والفكرية ، الامر الذى يؤكد الحاجة إلى عمليات فحص ومراجعة وتطوير للمناهج السائدة بحيث يمكن الاستفادة بالجوانب الاجرائية الايجابية فى تحقيق الضبط العلمى ، مع مراعاة الاطر المرجعية لتلك المناهج ، ومن ثم ينبغى ان تتجاوز شباب الباحثين الإعلاميين الرؤية الجزئية والسطحية فى فهم عملية التعامل المنهجى ، وعدم النظر إلى اختيار المنهج على انه عملية روتينية بسيطة ، تفضل خلالها ادوات إجرائية معينة على أدوات أخرى.

٢ - تبين ان (٥٦٪) من المبحوثين يعتقدون ان الدراسات الإعلامية تعانى من مشكلة قصور منهجى ، فى حين نفى (٤٤٪) وجود هذه المشكلة ، وهو ما يعكس ادراك غالبية شباب الباحثين الإعلاميين لعدم كفاية المناهج المستخدمة فى معالجة الظواهر الاعلامية.

وتمثلت مظاهر هذا القصور - وفق رؤيتهم - فى نمطية المناهج المستخدمة ، وعدم تعدد المناهج ، وغياب محاولات المراجعة والتجديد والإبداع ، مع تراكم الانتاج العلمى القائم على فرض مداخل منهجية معينة من جانب بعض الاقسام وبعض المشرفين ، علاوة على فهم بعض الباحثين للادوات الاجرائية ، وعدم تطبيقهم لها بشكل صحيح.

وأشار المبحوثون إلى نمطية الموضوعات البحثية ، فى ظل غياب التخطيط داخل الاقسام والتنسيق بين كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، واقسام الإعلام والصحافة ببقية الجامعات وغياب المدارس العلمية ، والتفاعل العلمى ، ومن ثم تضاؤل فرص ظهور باحثين يمتلكون القدرة على التجديد والابداع.

وأوضح المبحوثون ضحالة نتائج أغلب الدراسات ، وعدم مواكبتها للواقع الإعلامى وعدم قابليتها لتطبيق ، وتضمنها لتعميمات مخلة ومتناقضة ، تجعل نسبة كبيرة من البحوث محل الشك.

٣ - أكد (٥٨٪) من المبحوثين ان الدراسات الإعلامية تعانى من مشكلة تبعية منهجية وفكرية ، فى حين رفض (٤٢٪) الاعتراف بمصطلح التبعية المنهجية ، موضحين ان العلم ليس له وطن ، وليس حكراً على احد و ان استخدام المناهج العربية لا يعنى وجود تبعية ، فالمناهج واحدة ، والادوات واحدة ، ولا مفر من تطبيقها فى ظل عدم وجود بدائل منهجية من صنعنا وإبداعنا .

ويؤكد الموافقون على مصطلح التبعية المنهجية والفكرية ، ان القصور المنهجى الحاصل فى

لدراسات الإعلامية يرتبط بهذه التبعية ، وانه لا سبيل للتجديد والابداع المنهجى بدون تطور فكر الاساتذه والمشرفين ، وتنشيط الجهود البحثية التى تستهدف مراجعة المناهج السائدة وفحصها وتصويرها .

وتعكس هذه النتائج الجدل الذى يحتدم بين الحين والآخر التبعية المنهجية والفكرية وارتباط العلم بالايديولوجية ، والانفتاح والتفاعل وشروطهما. فبينما يشير « **سيد عويس** » إلى أن الباحثين السوفيت كانوا يستخدمون نفس المناهج والادوات الغربية بنفس اسمائها ، ولكنهم يختارون موضوعات بحوث مختلفة ، ولم يشعر احد انهم تابعون للغرب. وان الولايات المتحدة الأمريكية قائدة الغرب ، ومحط آماله علمياً ومالياً ، استعانت ولا تزال بالعلماء الاوروبيين وبعض علماء الدول النامية ، ولا يمكن القول انها تابعة من وجهة النظر العلمية. اذ كانت تابعة فلمن ؟ (١٢) يؤكد « **عادل حسين** » ان العلوم الاجتماعية لا تستند إلا على معرفة اهل الغرب عن مجتمعاتهم فى العصر الجديد ، وان تخلفنا عن الغرب لا يتمثل فى تخلف كمى أو زمنى ، لكن فى تخلف عقلى ان صح التعبير. فما أنجزه الغرب فى نهضته الشاملة ، لا يرجع إلى أنه اتبع نظريات اجتماعية معينة . ولكن إلى أنه ابدع نظريات تلائمة وسط ثورة الابداع العام الذاتى. وتمثلت عبقرية الغرب فى فن اكتشاف الأسئلة الجوهرية التى تواجهه ، وفى قدراته على ابداع إجابة ملائمة. وهذا ما ينبغى أن نستلهمه ، بدلاً من استيراد المنتج النهائى المصمم لاستمرارنا فى التبعية (١٣).

وإذا كانت الظروف التاريخية والحضارية تحتم علينا ، الاقتباس فى كل المجالات ، بما فيها المناهج ، فلا عيب فى الاقتباس ، وإنما العيب فى نوعية وطبيعة هذا الاقتباس ، ومن ثم تبرز أهمية اتخاذ موقف وسط يقوم على تأصيل المعرفة والمنهج ، مع التفتح بوعى وعمق وحرية على تراث الغرب ، ليس لمجرد اتباعه ، ولكن لاكتساب المقومات التى أهلته للتقدم (١٤).

وهنا ينبغى ان نفرق بين محاولات التوفيق ومحاولات التلفيق ، حى لا تتحول عملية التجديد والتطوير المنهجى ، إلى عملية ابداع مصطلحات ومسميات بديلة لما هو قائم ومستمر من مفاهيم ونظريات ومناهج وأدوات وأساليب غربية. فمثل هذا التلفيق يمثل تكريساً للتبعية وطمساً لمحاولات التجديد والابداع .

ومن الأهمية بمكان تزايد الجهود البحثية النقدية ، سواء لتراثنا أو تراث الغرب المنهجى ،

لكشف جوانب القصور والتحيز والتحامل ، واستكشاف ما هو صالح فى تراثنا وتطويرها ، ومحاولة بناء نظرى مستقل ، مع استمرار التفاعل مع الجهود البحثية الغربية بوعى ورؤية شاملة للتعامل المنهجى .

وفى هذا الاطار ، ترتفع الاصوات الجادة الداعية إلى تشجيع الاتجاهات النقدية فى بحوث الإعلام ، والمحذرة من الربط الميكانيكى بين متغيرات المضمون - التأثير - الوعى ، إذ ان مثل هذه الظواهر المتداخلة تحتاج إلى المزيد من الدقة العلمية ، والدراسات المقارنة ، والعمق المنهجى ، علاوة على الرؤية المجتمعية الشاملة والابتعاد عن النماذج الجاهزة الصنع ، التى تميل إلى التبسيط من خلال التنميط (١٥).

سادساً : مقترحات شباب الباحثين الاعلاميين لمعالجة المشكلات المتعلقة بالإعداد الاكاديمى والقصور المنهجى :

تضمنت مقترحات شباب الباحثين الإعلاميين لمعالجة المشكلات المتعلقة بالاعداد الاكاديمى والقصور المنهجى ، عدداً من التصورات والافكار التى غطت مختلف أبعاد العلمية البحثية والظروف المحيطة بها ، **نوجزها على النحو التالى :**

١ - تدريس مادة مناهج البحث على امتداد سنوات مرحلة الليسانس أو البكالوريوس.

٢ - إعادة النظر فى المقررات الدراسية لمرحلة الدراسات العليا بحيث يتم التركيز على الجوانب التطبيقية ، وادخال استخدامات الاحصاء والحاسب الالى فى بحوث الإعلام ، ضمن هذه المقررات.

٣ - انشاء لجنة مركزية للتنسيق بين كلية الإعلام ومختلف أقسام الصحافة والإعلام فى مجال الدراسات العليا ، بحيث توحد قواعد القبول ، والبرامج الدراسية وتوضع خطط تراعى معالجة مشكلات تمس الواقع الإعلامى الراهن ، على ان يكون ضمن مهام هذه اللجنة مناقشة الخطط الباحثية الخاصة برسائل الماجستير والدكتوراة قبل تسجيلها ، واختيار المشرفين ، وتشكيل لجان مناقسشة الرسائل العلمية.

٤ – الاهتمام بعقد حلقات نقاشية لمراجعة خطط الرسائل العلمية ، على ان تعقد هذه الحلقات ، بصفة دورية ، وقبل عرض هذه الخطط على مجالس الاقسام.

٥ – تنظيم دورات تدريبية فى مناهج البحث وتطبيقاتها للمعيدين والمدرسين المساعدين والمقيدين بدرجتى الماچستير والدكتوراة.

٦ – عقد مؤتمرات علمية لمناقشة قضايا الباحثين الإعلاميين الشبان.

٧ – إصدار مجلة علمية لنشر الانتاج العلمى للباحثين الإعلاميين الشبان.

٨ – تيسير الحصول على المعلومات من خلال إنشاء شبكة معلومات خاصة بالدراسات الإعلامية ، ووسائل الاتصال ، والقائمين بالإتصال ، وجهور وسائل الاتصال.

٩ – تنشيط حركة البعثات للجامعات الاجنبية.

١٠ – إجراء مسح شامل للمناهج الجديدة المستخدمة فى العلوم الإجتماعية والانسانية والاستفادة بالجهور البحثية المبذولة فى مجال التجديد المنهجى.

١١ – تشجيع شباب الباحثين الإعلاميين على التسجيل فى موضوعات جديدة تتعلق بمناهج البحث ، ونقد نظريات الاعلام الغربية.

١٢ – دعم الدراسات الإعلامية التى تعالج مشكلة التضارب فى المفاهيم الإعلامية والمصطلحات المنهجية.

١٣ – تشجيع الدراسات التى تستخدم المنهج التجريبى ، مع الاستفادة بالمناهج التى تسعى إلى ربط العلوم الاجتماعية الانسانية بمناهج العلوم التجريبية.

١٤ – صياغة مناهج بحث مستقلة خاصة بالدراسات الإعلامية.

الخاتمة

إذا كانت نتائج الدراسات التي استهدفت تحليل وتقويم الرسائل العلمية ، والخطط البحثية ، قد كشفت قصور الجوانب والمنهجية ، فان نتائج هذه الدراسة أظهرت ان هذا القصور المنهجى مرتبط بالقصور الذى يشوب عملية الاعداد الاكاديمى لشباب الباحثين الإعلاميين ، وقصور مناهج البحث الإعلامى ذاتها ، وعدم تجاوزها لمرحلة التبعية لمناهج البحث المستخدمة فى العلوم الإجتماعية والانسانية . ويتضح ذلك من خلال تفسير نتائج الدراسة :

١ – أظهرت النتائج وجود قدر كبير من التجانس بين المبحوثين وبوجه خاص فيما يتعلق بنوعية البحوث التى تقدموا بها للحصول على درجة الماجستير، وموضوعاتها، ومدة انجاز الدراسة ، والتقدير الممنوح،حيث شكلت البحوث التحليلية والميدانية(٧٦٪)من حجم الانتاج لشباب الباحثين الإعلاميين ، وناقش غالبية المبحوثات وسائلهم خلال فترة تتراوح بين ثلاث وأربع سنوات،كما حصل(٨٤٪) على تقدير ممتاز،مما يعكس غياب المعايير الموضوعية لتقييم الرسائل العلمية ، ويشيع الاحباط بين صفوف الباحثين المتميزين ، ويثبط همهم فى الاجادة والابداع.

٢ – اتفقت اراء غالبية المبحوثين على قصور البرامج الدراسة للسنة التمهيدية للماجستير ، وتراجع دورها فى صقل خبراتهم وتنمية قدراتهم البحثية ، نتيجة غياب التفاعل العلمى ، وإهمال الجوانب التطبيقية ، وغلبة الاسلوب التعليمى التلقينى على حساب تنمية شخصية الباحث بجميع وجوهها .

وقد كشفت المقارنة وجود فروق ذات دلالة بين الباحثين المقيدين بكلية الإعلام والباحثين المقيدين باقسام الإعلام والصحافة ، فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو البرامج الدراسية للسنة التمهيدية للماجستير ، حيث ارتفعت درجة فعالية هذه البرامج وفق وجهات نظر الباحثين بكلية الإعلام ، مما يعكس إتجاهاً إيجابياً نحو المقررات والاساتذة وطرق التدريس ، الامر الذى لا يتوافر فى اقسام الإعلام والصحافة ، التى تعجلت فى ادخال برامج الدراسات العليا قبل ان تكتمل بنيتها الاكاديمية. وتزداد الاشكالية تعقيداً مع تحول كلية الإعلام إلى مركز طرد للباحثين الذين لم تتوافر

لديهم شروط القبول بالسنة التمهيدية ، أو لم تتوافر فى خططهم البحثية القواعد التى تؤهلهم للقيد بدرجتى الماجستير والدكتوراة ، ومن ثم تتحول اقسام الإعلام والصحافة لمراكز جذب بديلة.

٣ - فى ظل غياب خطط بحثية مستقبلية للدراسات الإعلامية ، وضعف التنسيق بين الجهات المعنية بتدريس الإعلام ، يتعاظم الدور الشخصى للمشرف فى اختيار موضوع البحث، حيث تبين أن (٩٠٪) من الموضوعات البحثية ، تقترح فى اطار ثنائى يجمع بين المشرف والباحث ، مما يجعل رضا المشرف عن الموضوع شرطاً ضرورياً للستجيل ، ويضعف الحس النقدى لدى شباب الباحثين الإعلاميين اذا ما أرادوا معالجة موضوعات لا تتفق مع توجهات المشرفين.

وفى إطار تعاظم دور المشرف فى اقتراح موضوع البحث ، تتراجع المحاولات الجادة لترسيخ تقليد " السيمنار العلمى " حيث أكد (٧٨٪) من المبحوثين ان خططهم البحثية لم تناقش فى " سيمنار " قبل عرضها على مجالس الاقسام ، وهو ما يشير إلى حساسية التعامل مع هذا التقليد العلمى ، الذى يكشف جوانب الضعف والقصور المنهجى ، الامر الذى يتصوره بعض المشرفين أنه بمثابة تقييم لافكارهم وترصد لمواقفهم ، ويتجنبه معظم الباحثين الشبان خوفاً من إعاقة عملية التسجيل ورغبة فى كسب الوقت.

٤ - تبين اعتماد غالبية المبحوثين (٩ر٥٣٪) على منهج المسح الاعلامى ، مما يعكس الاتجاه الغالب للدراسات الإعلامية فى تطويع منهج المسح الاجتماعى لدراسة الظواهر الإعلامية. كما حظيت أداة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان بمكانة مقدمة حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين استخدموا الاداتين (٤ر٥٨٪) فى حين تراجعت ادوات التحليل الدلالى والتحليل الاسلوبى ، والمقاييس الاجتماعية والنفسية ، الامر الذى يؤكد الحاجة إلى تعدد المناهج والادوات ، والاهتمام باستخدام المنهج التجريبى والدراسات المستقبلية ، والتوسع فى الاستفادة بالتطور المنهجى فى مجالات الدراسات السياسية والاجتماعية والنفسية والقانونية واللغوية.

٥ - عكست استجابات غالبية المبحوثين (٥٢٪) ما يعانيه الباحثين الإعلاميين من تضارب فى المصطلحات المنهجية ، وعدم وجود فروق واضحة بين المنهج والاداة ، الامر الذى ينعكس على فهمهم واستيعابهم ، وطرق تعاملهم مع المناهج والادوات والاساليب البحثية. وهنا تتضح أهمية دعم وتشجيع الاجتهادات المنهجية ، التى تتعامل مع المنهج بعمق ووعى وحس نقدى ، لان البديل للتعامل

الناضج مع المنهج هو إما الوقوع فى فخ الغموض وعدم الفهم ، ليصبح المنهج مجرد ديكور ، أو الانحراف فى استخدام المنهج وتقديسه ، ليصبح المنهج هدفاً وموضوع البحث وسيلة للتدليل على كفاءة هذا المنهج .

٦ - على الرغم من اعتراف غالبية شباب الباحثين الإعلاميين بقصور برامج الاعداد الاكاديمى ، وعدم قدرتهم على التعامل المتوازن مع المنهج والاداه ، إلا ان درجة ثقتهم فى كفاءتهم العلمية مرتفعه إلى حد كبير ، حيث أكد (٧٤٪) انهم استخدموا المنهج والاداة بكفاءة علمية ، مما يعكس التناقض ، وغياب قيمة النقد الذاتى . ولم تظهر فروق ذات دلالة بين الباحثين المقيدين بكلية الإعلام ، والباحثين المقيدين باقسام الإعلام والصحافة ، فيما يتعلق برؤيتهم لقدراتهم البحثية ، مما يشير إلى تضخم الاحساس بالتميز ، الامر الذى يرتبط بخبرة التفوق الدراسى ، والاعتقاد الشائع ان الطالب المتفوق فى دراسته الجامعية باحث متميز بالضرورة ، فى حين أن الفرق كبير بين معايير التفوق الدراسى ، ومعايير التميز فى البحث العلمى التى تتطلب قدرات خاصة على الاستقصاء والتحليل والنقد والابداع.

٧ - تراجعت إجراءات الضبط المنهجى لدى غالبية المبحوثين ، حيث كشفت المراجعة للجوانب المنهجية والاجرائية للبحوث التى نالوا عنها درجة الماجستير ، ان (٨٢٪) لم يراعوا خطوات تصميم العينة وتحديد الحجم الامثل لها وأغفل (٦٨٪) اجراء الاختبارات القبلية لاستمارات تحليل المضمون والاستبيان ، كما أغفل (٦٢٪) اجراء اختبارات الصدق والثبات ، ولم يهتم (٥٨٪) بتحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية المستخدمة فى دراساتهم ، الامر الذى يعكس عدم إلمام غالبية شباب الباحثين الإعلاميين باجراءات الضبط المنهجى.

٨ - أظهرت النتائج محدودية التفاعل بين المشرف والباحث ، حيث بلغت نسبة الذين وصفوا درجة التفاعل بانها منخفضة (٣٦٪) وأكد (١٨٪) انها منعدمة تماما ، إلا ان المقارنة بينت ان هناك فروقا ذات دلالة بين الباحثين المقيدين باقسام الإعلام والصحافة ، فيما يتعلق برؤيتهم لدرجة التفاعل ، حيث بلغت نسبه الذين قالوا عاليه فى كلية الإعلام (٢٨٪) فى حين اختفت هذه الفئة فى اقسام الإعلام ، التى ارتفعت فيها نسبة الذين قالوا منخفضة إلى (٤٠٪) ومنعدمة (٣٦٪) الامر الذى يتطلب مزيداً من التدقيق فى تسجيل الرسائل العلمية ، وتعدد المشرفين لوضع حد لظاهرة

المشرف المحتكر الذى لا يرحب بالاستعانة بمشرفين من الخارج ، ويحرص على زيادة عدد طلابه ، رغم ان ظروفه لا تسمح بالمتابعة والتفاعل ، بحكم تراكم عدد الرسائل التى يشرف عليها ، وغياب المشرف عن القسم معظم ايام الاسبوع ، حيث جرى العرف فى الجامعات الاقليمية على التزام أعضاء هيئة التدريس بالحضور يومين او ثلاثة على اقصى تقدير.

٩ – تبين محدودية فعالية دور المشرف فى تعميق المنهج لدى الباحث ، حيث بلغت نسبه الذين قالوا ان المشرف ليس له دور فى هذا الشان (٢٨٪) وكشفت المقارنة وجود فروق ذات دلالة بين الباحثين المقيدين بكلية الإعلام ، والباحثين المقيدين باقسام الإعلام ، حيث تأكد التوجه الإيجابى ازاء المشرفين بكلية الإعلام ، فى حين كان التوجه سلبيا إزاء المشرفين بأقسام الإعلام ، حيث بلغت نسبه الذين اكدوا فعالية دور الشرف (٤٤٪) فى كلية الإعلام مقابل (٢٠٪) فى أقسام الإعلام . وفى حين ارتفعت نسبة الذين أكدوا عدم فعالية دور المشرف فى أقسام الإعلام (٤٠٪) انخفضت النسبة فى كلية الإعلام إلى (١٦٪) وهو ما يشير إلى ان درجة فعالية المشرف فى تعميق مسالة المنهج مرتبطة بتعدد المشرفين وتنوع تخصصاتهم ومدارسهم العلمية.

١٠ – عكست استجابات المبحوثين عدم ثقة شباب الباحثين الإعلاميين فى معايير تقييم الرسائل العلمية ، حيث بلغت نسبة الذين يعتقدون أن التقرير يمنح لاعتبارات شخصية (٤٦٪) وبينما ارتفعت نسبة عدم الثقة فى أقسام الإعلام إلى (٥٢٪) بلغت (٤٠٪) فى كلية الإعلام غير أن الفروق بين الفئتين كانت ذات دلاله ، حيث اكد (٥٦٪) من الباحثين المقيدين بكلية الإعلام أن التقدير يمنح وفق معايير موضوعية ، مقابل (٢٠٪) فى اقسام الإعلام مما يعكس غلبة دور الاعتبارات الشخصية ، فى ظل غياب الرقابة العلمية داخل مجالس الاقسام ، حيث يتم تشكيل لجان المناقشة باسلوب يقلل كثيرا من احتمالات تحكيم المعايير الموضوعية فى تقييم الرسائل العلمية ومنح التقديرات للباحثين .

١١ – تراجعت قيم الابداع والاصاله والنقد الذاتى والتنافس العلمى ، فى حين تقدمت قيم الصراع والنفاق والشللية والتلفيق ، مما يعكس إهتزاز القيم العلمية الايجابية لدى شباب الباحثين الإعلاميين ، واحباط الباحثين المتميزين ، وغياب المناخ العلمى الذى يتيح الممارسة البحثية الجادة

والسعى إلى تطوير المناهج المستخدمة ، وصولاً إلى صياغة مناهج بحث مستقلة وخاصة بالدراسات الإعلامية.

١٢ - اتفقت آراء غالبية المبحوثين على قصور المناهج المستخدمة فى الدراسات الإعلامية ، حيث أكد (٥٦٪) ان هناك مشكلة قصور منهجى ، تتمثل فى نمطية المناهج والادوات والاساليب البحثية ، ونمطية الموضوعات البحثية وغلبة الرؤية الجزئية ، وغياب التفاعل العلمى ، وضآلة نتائج أغلب البحوث ، وعدم مواكبتها للواقع الإعلامى الراهن وتحدياته. وفى اطار هذا القصور المنهجى ، تأتى اشكالية المنهج لدى شباب الباحثين الإعلاميين وعدم درايتهم بالجوانب المنهجية والاجرائية ، ونمطية تعاملهم مع المناهج والادوات الشائعة الاستخدام فى الدراسات الإعلامية.

١٣ - اتفقت اراء المبحوثين على ان العلم ليس له وطن ، ولا لغة ، ولا تخصص معين وانه لكل تخصص طبيعته التى تفرض اصطناع منهج معين ، بيد ان الخلاف ينصب على مفهوم التبعية المنهجية حيث وافق (٥٨٪) من المبحوثين على هذا المفهوم ، بينما عارضة (٤٢٪) مؤكدين ان المناهج واحدة ولا مفر من تطبيقها فى ظل عدم وجود بدائل منهجية ، مما يعكس ازدواجية الموقف من التبعية المنهجية والفكرية ، والتأكيد على أهمية التواصل والتفاعل مع المناهج والنظريات الغربية بوعى وفهم وتفتح ، ودونما تكريس للتبعية.

وأياً كان الخلاف حول مفهوم التبعية ، فإن نتائج الدراسة اظهرت ادراك شباب الإعلاميين ان العبرة باستخدام المنهج على أسس علمية صحيحة ، ومع القدرة على التعامل مع ما يعكسه المنهج من مفاهيم ورؤيه لا تتناسب مع خصوصيتنا الحضارية ، وأكدت نتائج الدراسة أن الأولوية فى الوقت الراهن للضبط المنهجى ، وتنقية الدراسات الإعلامية من محاولات التلفيق العلمى ، ثم تأتى مرحلة التطور المنهجى ، وصياغة مناهج مستقلة ، الامر الذى يستدعى إعادة نظر شاملة فى برامج الإعداد الاكاديمى الباحثين الشبان ، وتنشيط الجهود البحثية التى تستهدف مراجعة المناهج السائدة وفحصها وتطويرها .

خلاصة القول إن إشكالية المنهج فى بحوث الإعلام تتفرع منها ست إشكاليات هى :

أ - **إشكالية النمطية** : وتتمثل فى نمطية الموضوعات والمناهج والادوات والاساليب

البحثية. ويمتد ذلك فيشمل أسلوب تقويم الرسائل العلمية ومنح التقديرات ، الذى يعتبره العديد من الاساتذة بمثابة تقييم لهم.

ب - **إشكالية التخطيط** : وتتمثل فى غياب السياسات والخطط التى تواكب الواقع الإعلامى بعلله ، وتستشرف المستقبل بتحدياته ، فضلا عن غياب التخطيط بشأن إعداد الكوادر العلمية الجديدة.

جـ - **إشكاليـة التكامل** : وتتمثل فى غياب التكامل والتفاعل سواء بين أقسام الصحافة والإعلام وكلية الإعلام ، أو بين الدراسات الإعلامية الإجتماعية والسياسية والنفسية والقانونية ، مما يفسح المجال لمعالجات جزئية وسطحية لا تتناول المشكلات البحثية فى سياقها الكامل.

د - **إشكالية الهوية** : وتتمثل فى عدم وضوح الموقع الذى تمثله الدراسات الإعلامية بين بقية العلوم الاجتماعية والانسانية ، وغياب المدارس البحثية التى تحدد هوية الدراسات الإعلامية ومناهجها وأدواتها وأساليبها.

هـ - **إشكالية التبعية** : وتتمثل فى الشغف بالنظريات والمناهج الجاهزة ، وإقتباسها بأطرها المرجعية ومصطلحاتها ، والامر الذى يحول دون الاجتهاد والإبداع ، أو على الاقل تقديم رؤية نقدية تعكس واقعنا بمشكلاته وتحدياته.

و - **إشكالية الشخصانية** : وتتمثل فى غلبة المعايير الشخصية ، ابتداء بظاهرة التوسع فى إفتتاح أقسام الصحافة والإعلام ، ومرورا بإجراءات تسجيل الرسائل العلمية ، وانتهاءاً بتقويم تلك الرسائل.

والمؤسف أن الحوار العلمى لم ينج من غلبة المعايير الشخصية ، الامر الذى يعمق أزمة الثقة بين مختلف الاجيال. ويحول دون تشكيل رؤية بحثية واضحة تمثل الجماعة الاكاديمية الإعلامية.

وترتبط هذه الاشكالية بالمسئولية الأخلاقية للاستاذ قبل طلابه و مجتمعه ، فإذا كان على الاستاذ أن يكون على درجة عالية من الكفاءة والمسئولية الاجتماعية ، فإن من المسئولية الأخلاقية

أن يكون قادرا على تفكيك العلاقة بين المعرفة والسطلة فى التنشئة العلمية والسلوك الأكاديمى[1].

ويمكننا القول أن غياب التربية العلمية للباحثين الشبان هو الجذر الحقيقى للفساد العلمى. ففى إطار صراع القيم فى المجتمع ، وضروب الاختلال الاجتماعى ، والممارسات المنحرفة التى تحقق مصالح شخصية للضالعين فيها ، من خلال شبكة معقدة من المجاملات المتبادلة ، يندفع الانسان الاكاديمى إلى الإنحراف المسلكى بصورة تتعارض مع مواثيق الأخلاقيات العلمية [١٧].

وفى أطار تراجع القيم العلمية ، وغلبة المعايير الشخصية ، برزت أنماط مشوهه وغير سوية من الباحثين الإعلاميين الشبان نوجزها على النحو التالى :

أ - **نموذج الباحث المدلل** : أو ما يمكن تسميته " بباحث الانابيب "الذى يفتقد مقومات الباحث ، ويعتمد فى الاساس على قدرات شخصية ، تتجح فى تطويع كل الامور لمصلحته وظروفه ، ليحصل على الدرجة العلمية ، والتقدير الذى يرغبه ، فى فترة قياسية وبلا معاناه.

ويدخل فى هذا الاطار ما أسماه السيد الحسينى " بالطالب النفطى " الذى تقدم له المساعدات العلمية بسخاء ويخظى باهتمام أكبر من قرينه المصرى ، سواء فى التسجيل أو فى تقييم رسالته. كما يبرز " الطالب الناقد " الذى يتمتع بصلات وارتباطات قوية نفاذة خارج الجامعة ، ويؤدى خدمات شخصية وإجتماعية لاستاذة ، مقابل إعفائه من بعض الالتزامات الاكاديمية[١٨].

ب - **نموذج الباحث الانتهازى** : وهو يتمتع بذكاء إجتماعى يمكنه من الاستفادة من تدابير القدر والصراعات الشخصية داخل قسمه ، فيوظفها لصالحه ، دون اعتبار للاخلاقيات أو المبادئ.

وهذا النمط قريب من نمط " الطالب الفهلوى " الذى يميل إلى إنجاز دراسته فى فترة قياسية وبأقل جهد ممكن اعتماداً على العلاقة الشخصية الحميمة والولاء المطلق لمشرفه [١٩].

جـ - **نموذج الباحث التابع أو المنقاد** : الذى يقلد مشرفه بطريقة ميكانيكية فى أفكاره وتوجهاته وتعبيراته ، وهذا النمط يميل إلى الاستسلام والتنازل إزاء ما يواجهه من ضغوط ،

مما يصادر حقه فى الاجتهاد ، ويفرز شخصية معقدة تجمع بين سمات القهر والبراجماتية .

د - **نموذج الباحث المشوش** : الذى يعانى من الاضطراب والتشويش فى مختلف جوانبه العلمية البحثية ، إما لتواضع قدراته ، أو لعدم تخصص مشرفه فى موضوع الدراسة ، أو لإنشغال المشرف وعدم متابعته للباحث .

وإزاء هذه النماذج المشوهه يبقى النموذج السوى الذى يستحق الاحتضان والتشجيع وهو نموذج **الباحث الجاد والملتزم** الذى يمتلك القدرة والكفاءة العلمية ، والرؤية النقدية فى المعالجة ، والنزوع نحو المثالية ، والرغبة فى تأكيد الذات ، ولكنه يفاجئ فى آخر الأمر بأنه وضع فى سلة واحدة مع النماذج المشوهه !!.

ويقترب هذا النموذج من النمط الذى وصفه السيد الحسينى " بالطالب العصامى " الذى يميل إلى الاعتماد على قدراته ومهاراته ، ويحيد دور الاستاذ قدر الامكان ، ولا يكشف عن إلتزام ايديلوچى واضح (٢٠) خشية الاصطدام مع مشرفه ، وحرصا علي إنجاز دراسته بعيداً عن أجواء التوتر والتشدد والمواجهة.

وتأتى هذه النماذج والانماط ، كنتيجة طبيعية لما أصاب المجتمع خلال العقود الاربعة الاخيرة من تدهور وتآكل فى استقلالية الموسسات العلمية ، وما حدث من تشويه قيمى ، وإختلال فى الموازين ، وصعود صارخ للنفعية والانتهازية والنفاق ، وتراجع سريع للحرية والإبدا ع .

وإذا كانت هذه الدراسة قد ركزت على رؤية شباب الباحثين الإعلاميين لعملية الاعداد الاكاديمى ، وإشكالية المنهج والعلاقة مع المشرف ، فإن الحاجة ماسة الى المزيد من الدراسات التى تتناول رؤية المشرفين لإشكالية المنهج . وتقويم برامج الدراسات العليا ، وتقويم الانتاج العلمى لاعضاء هيئة التدريس ، وسبل تطوير مناهج البحث الإعلامى والارتقاء بمكانة الدراسات الإعلامية.

الهوامش و المراجع

(١) أحمد حسين الصاوى ، أدوات تفتقر اليها بحوثنا الإعلامية ، ندوة مشكلات المنهج فى الدراسات الصحفية التى نظمها قسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة خلال الفترة من ١٩ إلى ٢١ أبريل ١٩٨٦ ، فى مجلة الدراسات الإعلامية العدد ٤٤، يوليو ستمبر ١٩٨٦ ، ص ٢١ - ٢٥.

(٢) عواطف عبد الرحمن ، الإعلام وتحديات العصر ، مجلة عالم الفكر ، والمجلد الثالث والعشرين ، العدوان الاول والثانى ، يوليو / ستمبر - اكتوبر / ديسمبر ١٩٩٤ ص ١٢.

(٣) ليلى عبد المجيد ، بحوث الصحافة في مصر من ٧١ - ١٩٨٥ .. دراسة تحليلية تقويمية ، ندوة مشكلات المنهج فى الدراسات الصحفية ، مرجع سابق.

(٤) أميرة العباسى ، الجوانب الاجرائية والمنهجية لبحوث الصحافة فى مصر : دراسة تحليلية لخطط رسائل الماجستير والدكتوراه المسجلة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة ، فى نفس المرجع السابق.

(٥) نادية سالم ، البحوث الإعلامية فى مصر : دراسة فى الكم والكيف ، الحلقة الاولى لبحوث الإعلام فى مصر التى نظمها المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية خلال الفترة من ٢٥ - ٢٧ ابريل ١٩٧٨.

(٦) سحر وهبى ، بحوث فى الاتصال ، الجزء الاول ، سلسة دراسات وبحوث اعلامية ، العدد الخامس ، كلية الاداب بسوهاج ، جامعة جنوب الوادى ، ١٩٩٥.

(٧) فاروق ابو زيد ، إشكالية المنهج فى الدراسات الصحفية ، ندوة مشكلات المنهج فى الدراسات الصحفية ، مرجع سابق.

(٨) عواطف عبد الرحمن ، الاتجاهات النقدية فى بحوث الإعلام ، ندوة مشكلات المنهج فى الدراسات الصحفية ، مرجع سابق.

(٩) حسنين توفيق ، قضايا الباحثين الشبان ومشكلاتهم فى الوطن العربى ، مجلة المستقبل العربى ، العدد ١١١٦ ، اكتوبر ١٩٨٨.

(١٠) سامى عزيز ، الانتاج الفكرى المصرى فى الدراسات الإعلامية منذ النشأة وحتى عام ١٩٧٠ ، فى ندوة مستقبل الدراسات الإعلامية فى مصر التى نظمتها كلية الإعلام - جامعة القاهرة خلال الفترة من ٢٧ - ٢٩ ديسمبر ١٩٨١.

(*) دليل رسائل الدكتوراه والماجستير أعده مركز التوثيق الإعلامى بكلية الإعلام - جامعة القاهرة تضمن حصرا لرسائل جامعة القاهرة خلال الفترة (٥٣ - ١٩٩٣).

(**) سحر وهبى ، ص ١٣.

(١١) لمزيد من التفاصيل إرجع إلى :

- عبد العاطى بوطيب ، اشكالية المنهج فى الخطاب النقدى العربى الحديث ، مجلة عالم الفكر ، المجلد الثالث والعشرون ، العددان لاول والثانى ، يوليو / سبتمبر - أكتوبر / ديسمبر ١٩٩٤ ، ص ٤٥٧ - ٤٥٨ .

- Baily, Keneth, D, Method of Social Research (New York : Free Press, 1978) PP 72 - 75.

- Nafzigar, Ralph, Introduction to Mass Communiction Research, Lewisiena State University Press, 1972, P 105.

- Ton, Alexis, Mass Communication Theories and Research (Columbus : Grid Publisling Company, 1981) P 98.

(١٢) سيد عويس ، علم الاجتماع فى المجتمعات النامية بين التبعية والاستقلال ، فى اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، أبحاث الندوة السنوية للمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية التى عقدت خلال الفترة من ٢٦ - ١٩٨٣/٢/٢٨ ، القاهرة ، دار التنوير ، ١٩٨٤ ، ص ٢٢٦ .

(١٣) عادل حسين ، النظريات الاجتماعية الغربية قاصرة ومعادية ، فى اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، ص ٢٦٥ .

(١٤) عبد العاطى بوطيب ، ص ٤٦٤ - ٤٦٦ .

(١٥) عواطف عبد الرحمن ، الإعلام وتحديات العصر ، ص ١٢ .

(١٦) لمزيد من التفاصيل إرجع إلى :

- أحمد زايد ، المعرفة والسلطة ... نحو نموذج أخلاقى للتنشئة العلمية ، ورقة مقدمه لمؤتمر أخلاقيات البحث العلمى والاجتماعى ١٦ - ١٨ أكتوبر ١٩٩٥ ، ناهد صالح (محرر) ، الجزء الاول (القاهرة : المركز القومى للبحوث الإجتماعية والجنائية ، ١٩٩٥) ، ٢٢٩ - ٢٤٧ .

- مصطفى سويف ، الدلاله الاخلاقية لكفاءة العلماء فى دول العالم الثالث ، ندوة أخلاقيات البحث العلمى الاجتماعى ، والجنائية ، ١٩٩٤) ص ١٢١ - ١٤٧ .

(١٧) السيد يس ، الانسان الاكاديمى بين الانحراف الشخصى والاختلال الاجتماعى ، ورقة مقدمة لمؤتمر أخلاقيات البحث العلمى الاجتماعى ، ص ٢٨٧ .

(١٨) السيد الحسينى ، هموم أكاديمية مصرية : محاولة أولية للتشخيص والتنميط ، ورقة مقدمه لمؤتمر أخلاقيات البحث العلى الاجتماعى ، ص ٢٧٦ - ٢٧٨ .

(١٩) نفس المرجع السابق ، ص ٢٧٧ .

(٢٠) نفس المرجع السابق ، ص ٢٧٤ - ٢٧٥ .

النموذج النقدى "التغير الانسانى" وقضايا التأثير الإعلامى

د. محمد شومان

مدرس الاعلام بكلية البنات

جامعة عين شمس

ينطلق هذا النموذج Paradigm في رؤيته ودراسته لعمليات التأثير الإعلامى من فرضية ان للإعلام تأثير كبير على حياة الفرد والمجتمع، فوسائل الإعلام تخضع للملكية او سيطرة أصحاب المصالح الاقتصادية والمالية، والحكومات القائمة والشركات الاحتكارية متعددة الجنسية، وهذه القوى التى تسيطر على المجتمع تستخدم وسائل الاعلام دائما لتحقيق مصالحها . أى أن قوة تأثير الإعلام مستمدة من أوضاع مجتمعة، علاوة على ما لدى وسائل الإعلام من أدوات وأساليب -وخاصة الإعلان- التأثير .

فى هذا السياق ركز ممثلو النموذج النقدي (التغيير الإنسانى) على نتائج التأثير الإعلامى على الفرد والمجتمع، أكثر من اهتمامهم بإنتاج مفاهيم ونظريات تفسر : كيف يحدث التأثير الإعلامى ، محدداته الفردية والاجتماعية ، واتجهوا فى المقابل إلى نقد نظريات ونماذج التأثير التى قدمتها النماذج الإرشادية الأخرى المعرفية والوظيفية والتفاعلية الرمزية ، من هنا جاءت تسمية نموذج التغيير الإنسانى بالنموذج النقدى ، ولعل الاكتفاء بالنقد وعدم تقديم نماذج أو نظريات بديلة فى مجال التأثير الإعلامى يعد أحد أهم نقاط ضعف الدراسات الإعلامية التى اعتمدت على نموذج التغيير الانسانى.

أولاً: النموذج النقدى "التغيير الإنسانى" ومراحل تطور بحوث التأثير:

فى مقابل تقسيمات بحوث التأثير الأقرب إلى النموذج المعرفى والنموذج الوظيفى ظهرت تقسيمات أخرى اعتمدت أو تأثرت بنموذج التغيير الإنسانى، وتقوم على نقد تطور بحوث التأثير الوظيفية والماركسية على حد سواء .

فيرى فرد انجلس **Fred Inglis** أن بحوث وسائل الإعلام منذ منتصف العشرينات حتى نهاية الخمسينات قد تأثرت بالإنقسام الذى أصاب العلوم الإنسانية بين الامبيرقيين (أنصار التجريب والنزعة الكمية) والمنظرين (انصار التحليل الكيفى) فالامبيرقيون لم يميزوا بين الحقائق والقيم ولم يختبروا المخرجات أو يبحثوا وراء النتائج الرقمية ، فى هذا السياق سيطر الامبيرقيون على بحوث التأثير ورفضوا جهود الذين يفكرون فى خبرة الإنسان وركزوا على الأرقام والاحصاءات الخاصة باعداد المشاهدين والقراء ، وتقدم دراسة لازار سفيلد عام ١٩٤٨ عن كيف يختار الناس نموذجا للمدرسة الامبيرقية التى تنتمى إلى الوظيفية الاجتماعية.

ويتابع إنجلس ان الماركسيين فكروا وعملوا بنفس طريقة الامبيرقيين من حيث القياس، والتركيز على عوامل دون أخرى . وقدموا وظيفية من نوع آخر ، ويخلص إنجلس إلى ان معسكرى الماركسية والليبرالية فى الثلاثينات نظروا بشكل متساو لدور الإعلام فى المجتمع الجماهيرى، وأدانوا -رغم إختلاف مواقعهما- الجمهور المستهلك المغرر به والمخدر بواسطة حياة المدن والعمل الكثيف ، وقد سيطرت هذه النظرة وانتقلت إلى تقييم عمل التلفزيون فى مرحلة تالية، غير أن تطور المجتمع وزيادة التعليم وظهور اشكال جديدة من التفكير أكد مسئولية المتلقى وقدرته على الاختيار وإختلاف استجاباته (١) .

وبدأ الاهتمام بدراسة أثر العوامل المختلفة فى التأثير على المشاهدين، وتراجع الاهتمام بالتأثير المباشر، وازداد الاهتمام بالتأثير غير المباشر، وأن الفرد يتأثرمن خلال الجماعة التى ينتمى إليها، وكذلك تنامى الاهتمام بدور قادة الرأى فى نقل المعلومات على مرحلتين، وركزت الدراسات حول الجماعات الأولية وما حدث فيها من تفاعلات، وعلاقة ذلك بعمليات التأثير الإعلامى.

ويرى انجلس ان المجتمع الامريكى المكون من جماعات مهاجرة من أصول قومية مختلفة هو نموذج عمل هذه الجماعات، أى أن الجماعات الأولية فى بحوث التأثير تكاد تكون سمة أمريكية . غير ان تطور المجتمع الأمريكى وانتشار الميكنة الصناعية والتكنولوجيا الحديثة والحراك الاجتماعى وفر مزيداً من الوقت للأفراد ، وأعطى دوراً أكبر لوسائل الإعلام ، حيث ازدادت قدرتها على التأثير المباشر على الشخص الذى يعيش بمفرده ، وكبار السن والمرضى والمتعطلين عن العمل وصغار السن ، وبصفة عامة تزايدت الأشكال الاجتماعية الفردية مثل الأسرة النووية وازداد بالتالى اهتمام الناس باستخدام وسائل الإعلام للحفاظ على اتصالاتهم بالعالم الخارجى (٢) .

هكذا يعود إنجلس من جديد لفكرة التأثير الإعلامى فى مرحلة المجتمع الصناعى أو ما بعد الصناعى ، وهى فكرة بدأت تظهر من جديد منذ منتصف السبعينات فى بحوث التأثير وأن لم تختف عن البحوث المتأثرة بنموذج التغيير الإنسانى.

وتبدو فكرة التأثير القوى لا المهيمن للإعلام فى أعمال شيللر الذى قدم تصنيفا لبحوث التأثير يعتمد على نموذج التغيير الإنسانى ، وينطلق من ان قوة تأثير الإعلام سيطرت على الناس والاحداث فى النصف الأول من هذا القرن ثم يقسم شيللر النصف الثاني من القرن إلى ثلاث

---

(1) Fred Inglis, Media Theory, An introduction, London: Basil black welL1990. P44 , PP134-136 .

(2) Fred Inglis, Ibid, PP143-146.

فترات تتميز كل منهما بوجهة نظر تجاه قوة وسائل الإعلام :

الفترة الأولى : تقع بين عامى ١٩٤٥ - ١٩٦٥ وسيطرت عليها بحوث كاتز وتلاميذه حول التأثير المحدود للإعلام والتى ركزت على عمليات الاختيار التى يقوم بها الفرد فى الادراك والتذكر، كما اهتمت بالمتلقى من زاوية كيف يستقبل الرسالة ويستخدمها ، وطرق انتشار الافكار المستحدثه وشبكات الاعلام وتحليل الرسائل والاشارات ، إلا أن بحوث كاتز وزملائه لم تهتم بالتنافس الدولى ، ودور وسائل الإعلام الامريكية فى تأمين روابط سياسية مع شعوب أخرى رغم ان الإعلام الامريكى قد وعى بهذه المهمة ومارسها منذ نهاية الحرب العالمية الثانية. فى هذا الاطار جاءت بحوث مؤسسات M. I. T التى اختلفت عن كاتز اذ افترضت قوة تأثير الإعلام ودوره الكبير كأداة للتغيير الإجتماعى ، واوضحت أهمية استخدام الإعلام لدفع التنمية في البلاد حديثة التحرر فى أفريقيا وآسيا فى طريق مقبول ومفيد من وجهة نظر المشروع الغربى .

وبينما ساد نموذج التأثير المحدود داخل الولايات المتحدة - رغم بعض المشكلات التى اثيرت حوله - ظهرت مجالات بحثية جديدة مثل الإعلام الدولى والإعلام التنموى، وقد بدا ذلك كافيا لظهور افتراضات حول قوة الإعلام، كما اتضحت العلاقة الوثيقة بين المنظرين وصناع السياسة فى تشكيل النظام الاقتصادى العالمى بعد الحرب العالمية الثانية. إذ قامت السياسة الأمريكية فى ذلك الوقت على محورين :

الأول : وقف انتشار الاشتراكية أو تطبيق الحكومات لسياسة التدخل فى السوق.

الثانى: دمج ما تبقى من العالم فى سوق اقتصادى دولى تهيمن عليه الولايات المتحدة.

ويضيف شيللر ان باحثى الإعلام استجابوا لهذه السياسة وقدموا نماذج نظرية تدعم وتعطى الثقة فى السياسة الأمريكية ، فقدم ليرنر بمفرده ثم بالاشتراك مع شرام، وايثيل دى سولا بول Ithiel de sola pool ، وباى وآخرون فى الأكاديمية الأمريكية للاتصال نموذجا بديلا لما قدمه لاز راسفيلد حول النتائج المحدودة للتأثير الإعلامى . وسيطرت أفكار ليرنز حول كون التنمية تبدأ بالإعلام على السياسة الحكومية لعقدين من الزمان بعد الحرب العالمية الثانية.

الفترة الثانية : من منتصف الستينات حتى منتصف السبعينات، وقد شهدت ظهور تحديات داخلية وخارجية لصناعات الثقافة الأمريكية والغربية حيث انتشرت فى أواخر الستينيات حركات حقوق الإنسان والمرأة والحفاظ على البيئة، والحركات المناهضة لحرب فيتنام، وطرحت للنقاش العام قضايا خاصة بالإعلام وقوته، ومن يسيطر عليه، وأصبح من الصعب الادعاء بان

للإعلام تأثيراً محدوداً، كما ظهرت انتقادات واسعة لمن يضع أولويات أهتمام القضايا (الأجندة) التي يقدمها الإعلام .

وعلى المستوى الدولى استمر ليرنر وشرام وبول وباحثون آخرون فى التأكيد على تعاظم قوة وسائل الإعلام الحديثة نتيجة تقدم تكنولوجيا الاتصال، وازدادت قدرة صناعة الثقافة الأمريكية على قيادة النظام الإعلامى الدولى، لكن ظهرت انتقادات واسعة فى المنظمات الدولية لطبيعة النظام الإعلامى الدولى القائم على التدفق فى اتجاه واحد والمطالبة بنظام إعلامى جديد.

الفترة الثالثة : من نهاية السبعينات حتى الآن، وتتميز بعودة نموذج التأثير المحدود وانحسار حركات الإصلاح الاجتماعى التى ظهرت فى الولايات المتحدة والغرب أواخر الستينات ، إضافة الى ضعف الأصوات التى تنادى بنظام إعلامى جديد، فى المقابل تطور نظام الهيمنة الثقافية والإعلامية الأمريكية نتيجة استخدم التكنولوجيا الحديثة كالاقمار الصناعية والحاسب الآلى (الكمبيوتر) وبنوك ونظم المعلومات، وقد تزامن ذلك حدوث تحولات دولية فى الاقتصاد والسياسة لصالح الولايات المتحدة وأوربا الغربية.

ويخلص شيللر الى أنه فى نهاية الثمانينات أصبحت وسائل الإعلام الأمريكية تلعب دوراً مركزياً فى السيطرة على النظام الإقتصادى العالمى وعمليات السياسة الداخلية والاقتصاد والحياة الثقافية ، من خلال تدفق المعلومات ووسائل الإعلام عبر الحدود القومية ، فى الوقت نفس المتلقى النشط التفكير فى نظرية التأثير المحدود ينبعث من جديد، حيث تركز الحوار على آثار التليفزيون ، واتسع النقاش ليشمل كل وسائل الإعلام استنادا الى عاملين هما المتلقى النشط ، وتجانس المتلقى أو انتماؤه لعدد كبير من الجماعات، ويعرض شيللر لما توصلت اليه البحوث بشأن المتلقى النشط ، وما يمكن ان تتيحه له تكنولوجيا الاتصال الحديثة من فرض واسعة للاختبار. الا أنه يضع حدوداً ويثير تساؤلات حول امكانيات الأفراد فى إستخدام تكنولوجيا الاتصال، ومدى القبول بفكرة تناغم وتناسق مواقف الفرد مع الجمهور الواسع أو الجماعة التى ينتمى إليها [1].

ولعل أهم ما يميز تقسيم شيللر هو اهتمامه بالبعد الدولى لتوضيح مراحل تطور بحوث الإعلام وعلاقتها بأهداف السياسة الأمريكية من جهة، وبتطور تكنولوجيا الإتصال من جهة ثانية. غير ان تقسيم شيللر يظل فى التحليل الأخير بعيداً عن أوضاع المتلقى فى دول الجنوب والتحديات

---

(1) Herbert.I. Schiller, **Culture inc** (New York: Oxford University Press,1989) PP 135- 148.

التى تواجهه ، ومدى قدرته على استخدام تكنولوجيا الاتصال والاستفادة منها فى تعظيم فرص اختياره لوسائل ومضامين الإعلام الدولى والمحلى .

والواقع أن عدم الإهتمام بالمتلقى فى دول الجنوب والظروف المحيطة به يعتبر سمة عامة تشترك فيها بدرجات مختلفة كل بحوث التأثير الغربية على إختلاف نماذجها الإرشادية.

ثانيا: النموذج النقدى "التغيير الإنسانى" والتأثير الإعلامى:

١- الطابع الإيديولوجى للتأثير الإعلامى:

يرجع الفضل فى الاهتمام بهذا الموضوع إلى غرامشى حيث ربط التأثير الإعلامى بعملية الهيمنة التى تفرضها الطبقات المسيطرة فى المجتمع إلا ان ممثلى نموذج التغيير البنيوى أهملوا دور الإنسان فى التحليل وآكسبوا عملية الهيمنة طابعاً ميكانيكيا، من هنا سعى ممثلوا نموذج التغيير الإنسانى إلى الإهتمام بهذا الدور وربطة بنتائج بحوث التأثير. فضلا عن التأكيد على الدور الإجتماعى لوسائل الإعلام.

ان التأكيد على الدور الإجتماعى لوسائل الإعلام يعنى ان الإعلام ليس محايداً، بل هو على علاقة وثيقة بمجمل البنية الإجتماعية - الإقتصادية ونمط الملكية السائد ونفوذ المعلنين.

وكانت مدرسة فرانكورت قد أكدت على هذا الدور الإجتماعى وشددت على ان الايديولوجية تحدد مواقف الصحافة ، وقد انتهى كبلنجر وزملاؤه من مدرسة فرانكفورت إلى أن الصحافة ووسائل الإعلام مسئولة عن خلق وتوظيف الرأى العام، وإدراك التغيير الإجتماعى(١).

ومع ظهور وأنتشار التليفريون تدعمت فكرة التأثير الإجتماعى والطابع الايديولوجى للإعلام. فبرامج التليفزيون تقدم رابطاً لتجانس معين على سطح يغطى الفروق والإختلافات الإجتماعية، وبالتالى فإنها عملية ايديولوجية فى جوهرها (٢).

هكذا ارتبط موضوع التأثير الإعلامى بالإيديولوجية السائدة. ويكون الإعلام يسعى إلى

(1) Alex S. edeistein. Youichi Ito and Hans Mathias Kepplinger Cammanication and culture Acomparative approach new york Longman 1989,P.245.

(2) Peter Colding and Graham Murdock, Capitalism, communications and class relation, op, cit, P.39.

تحقيق أهداف ايديولوجية تخدم مصالح سياسية وإجتماعية للقوى الإقتصادية والشركات الإحتكارية المسيطرة وقد أفضى هذا المدخل إلى التشكيك فى مقوله حياد الإعلام وموضوعيته، والتأكيد على دور الإعلام فى تزييف الوعى، وصعوبة الفصل بين الإعلام والدعاية حيث يتداخل المفهومان.

وبصفة عامة استخدمت وسائل الإعلام فى تقليص الإهتمامات السياسية الداخلية النقدية عند المواطن وتضخيم اهتماماته بالسياسة الخارجية لإبعاد شبح النقد الذاتى.. فالحرية كواقع أصبحت فى يد وسائل الإعلام التى توجهنا حيث تشاء [(١)].

لقد اصبح التضليل الإعلامى هو الاداة الاساسية للهيمنة الإجتماعية، ولكى يؤدى التضليل الإعلامى دوره بفاعليه أكبر، لابد من اخفاء شواهد وجوده ، أى ان التضليل يكون ناجحا عندما يشعر المضللون بان الأشياء هى على ما هى عليه من الوجهة الطبيعية والحتمية، باختصار كما يقول شيللر "ان التضليل الإعلامى يقتضى واقعا زائفا هو الانكار المستمر لوجودة أصلا" [(٢)] .

واعتمد ممثلو النموذج النقدى (التغيير الإنسانى) على هذا المنظور فى نقد كثير من المفاهيم والنظريات السائدة فى حقل الدراسات الإعلامية مثل نظرية ترتيب الاولويات The agenda setting ، حيث أشاروا إلى ان القوى الإجتماعية والشركات الإحتكارية المسيطرة على المجتمع وعلى وسائل إعلامه هى التى تضع أولويات القضايا التى تخدم مصالحها بعض النظر عن حقيقة هذه القضايا ومدى أهميتها بالنسبة للجمهور، وعادة ما تخلق وسائل الإعلام حدود للمعرفة من خلال تحديد ما الذى نفكر فيه كحد أدنى لاثار وضع الأجندة . ولكنها تشجع التفكير ، وأحيانا السلوك للأفراد والمجتمع ، وربما تساعد وسائل الإعلام بهذه الطريقة فى توضيح مقدار التغيير الإجتماعى[(٣)] ، كذلك فإن وسائل الإعلام تستطيع اختيار موضوعات معينة

---

(١) فردريك معتوق. **خطاب وسائل الإعلام ومفهوم العربية، الفكر العربى المعاصر، العدد ٣٢،** تشرين الأول (أكتوبر ١٩٨٤ ص ص ٩٦ - ١٠٠.

(٢) هربرت شيللر، المتلاعبون بالعقول، مرجع سابق، ص ص ١٥-١٦.

(3) Alex S. Edelstein, Youichi and Hans Matias Kepplinger, op, cit, 245.

للنقاش أو مناقشة موضوعات أخرى، و معالجة موضوعات وكأنها غير موجودة، فضلا عن مقدرتها على التخفيف من موضوعات تتعلق بصراعات معينة ، يعرف ذلك باختبار الأخبار Newss Testing [١].

ويرى ميرودك ان وسائل الإعلام لا تضع فقط أولويات القضايا أو الجدول العقلاني ، لكنها تضع تعريفا للعالم ، أى تقدم لنا العالم ، لذلك هناك أهمية دائما لمعرفة خلفية القوى المسيطرة ، وما يحدث من تلوين فى التليفزيون والصحف ودراسة قوة خيال الاعلان الذى ثبت أنه محبب وجماهيرى[٢].

٢-انتاج المتلقى - المستهلك:

نظراً للطبيعة الرأسمالية الاحتكارية والتوظيف الايديولوجى السياسى للإعلام فان أهداف التأثير الإعلامى لا تراعى الجوانب الإنسانية ولا تحترم خصوصية البشر، وتجتهد فى خلق المتلقى المطوع – مستهلك البضائع والخدمات التى تقدمها الرأسمالية على الصعيدين المحلى والدولى [٣] ، مما يدعم السوق الرأسمالى والنظم القائمة .

وتبدأ عملية المتلقى –المطوع منذ مرحلة الطفولة ومن خلال آليات السوق الرأسمالى . أذ يحرص المعلنون باستمرار على انتاج المستهلك وتطوير احتياجاته . وبالتالى تحقيق مصلحة السوق [٤] . وتؤدى هذه العملية إلى اغتراب المتلقى عن نفسه وواقعه وتزييف وعيه ، وهى عمليات نفسية إهتم بها ممثلو مدرسة فرانكفورت أو المتأثرون بها مثل إريك فروم Erich Fromm الذى تحدث عن ظهور الشخصية التسويقية فى ظل الرأسمالية الاحتكارية، والتى تقوم بممارسة الشخص لذاته كسلعه ، ولقيمته كقيمة تبادليه لا كقيمة انتفاعيه، حيث أصبح الكائن البشرى سلعة

---

(1) Tom Burns, the organization of public opinion, James Curan, Micheal Gurevitch & Janet Wollacott, eds, cit, p.60.
(2) Graham Murdock, large corporations and the control of the communication. indsustry, Michael Gurevitch, james Curran, Tony Bennett and Janet wollacott, eds, op, cit.
(3) Dallas.W. Smythe, op, cit, p, 263.
(4) Ibid, P. 264.

فى سوق الشخصيات ، ولا تختلف معايير التقييم فى سوق الشخصيات عن نظيرتها فى سوق السلع (١).

بينما اهتم هابر ماس بدراسة الآثار الاجتماعية والنفسية للإعلام ونظم الاتصال فى المجتمع المعاصر، وركز على غياب التفاعل الإجتماعى الحر الذى يؤدى إلى ظهور رأى عام واع، كما اهتم بدور اللغة والرموز فى التأثير الإعلامى ، ونبه إلى ان الإعلام يسخر الفن للتأثير فى الجمهور مما يشوه الفن ويحوله إلى مجرد سلعه (٢).

أما ادورنو فقد اهتم بدراسة دور الإعلام فى تكوين سمات الشخصية، واشار إلى التكرار الذى يخلق ردود فعل ميكانيكية من طرف الجمهور، والامتثال للقيم السائدة والمراقبة النفسية ومخاطبة اللاوعى لتجنب مراقبة الوعى لدى الفرد (٣) .

هكذا تضفى القوى المسيطرة والشركات الاحتكارية طابع غير انسانى على عمليات التأثير. ويلعب الإعلان دورا كبيراً فى هذه العملية، من هنا اهتم ممثلو نموذج التغيير الإنسانى بدراسة وتحليل الاعلان كصناعة وفن ورموز وآلية حياة فالإعلان يلعب دورا مهماً فى صناعة الوعى أو صناعة العقل ، وبيع نظام الوجود (٤).

من جهة أخرى فإن نموذج الملكية الخاصة المهيمن والشكل التجارى السائد لوسائل الإعلام المعتمد على الدخل من الإعلان يضمنان بقاء الاحتكار بينما يحدان من امكانيات تعزيز وسائل إعلامية بديلة (٥) .

---

(١) إريك فروم. الانسان بين الجوهر والمظهر، مرجع سابق ، ص ١٥٦ .

(2) Jurgen Habermas, Communication and the evoluation of society, op, pp. 123- 146.

(٣) عونى عبد الرحمان ، التدفق الأخبارى: الأطر المرجعية الثقافية والتجدد التاريخى. دراسات عربية، العدد ١٢،١١، السنة، ايلول – تشرين (سبتمبر – اكتوبر) ١٩٨٧، ص ٢٢ – ٣١.

(4) Hans Maguns Enzenberger, the conciousness industry: on literature, politicis and the media (continuum Books, 1974) P.10.

(٥) خوان سومافيا : ديمقراطية وسائل الإعلام ، ترجمة مفيد فؤاد عبدون ، الثقافة العالمية العدد ٦ ، السنة الأولى، المجلد الأول ، سبتمبر ١٩٨٢ ، ص ص ٧ – ٢٨ .

واهتم أرمـان مـاتلار Mattelart بآثار الإعـلان على كـافـة المسـتـويات ، وربط بين تطوره وانتشاره وهـيمنة الثقافة الاستهلاكية على المستوى الدولي وارتباطـها بقوة وسيادة الولايات المتحدة على النظام العـالمى (١) ، وخلص إلى " أن الإعلان لم يتغير مظهره فحسب ، وإنما تغير مضـمـونه أيضـاً ، وبالتالى تغيرت عـلاقته بالمجتمع ، وبحكم الثقل الذى اكتسبه والمكانه التى يشـغلها فى تحديد انماط الاتصال ، أصبح يقوم بدور مخاطب السلطات العامة على المستويين الوطنى والدولى، فهو يؤثر على القرارات التى من شأنها أن تحد من المساحات الإعلانية ، وله القدرة من واقع خبرته ان يقترح النموذج الذى ينظم العلاقات الإجتماعية (٢) .

ولتقدير حجم ودور الإعلان تكفى الاشارة إلى ان ما انفق فى ميدان الإعلان عام ١٩٨٨ بلغ ما يقرب من ٢٠٠ مليار دولار ، وتدور تقديرات عام ١٩٩٠ حوالى ٢٦٥ مليار دولار ، وقد انفق ما يقرب من نصف هذا المبلغ فى الولايات المتحدة وكندا (٣) .

حصاد ما سبق أكد ممثلو نموذج التغيير الإنسانى ان طبيعة ملكية وعمل وسائل الإعلام نزعت عن عمليات التأثير الإعلامى جانبها الإنسانى والعقلانى حيث ركزت على تحويل المتلقى إلى مجرد مستهلك ، ولعبت وسائل الإعلام ولا تزال دوراً فاعلاً فى تحوير محتويات العديد من المفاهيم ومنها مفهوم الحرية ، فالترويض النفسى – الاجتماعى المستمر ينعكس على استعدادات الافراد النفسية – الاجتماعية فيجعل من وعيهم وعياً استهلاكياً إلى حد بعيد" (٤).

٣- نقد فرضية المتلقى النشط:

يمكن القول أن رفض فرضية المتلقى النشط هى التى تقف وراء مقولة انتاج المتلقى – المستهلك وتحركها ، إذ لا يمكن تصور قدرة وسائل الإعلام – ضمن وسائل وآليات أخرى – على

---

(١) مايك فيذرستون ، الثقافة الاستهلاكية والاتجاهات الحديثة ، ترجمة محمد عبد الله المطوع (بيروت : دار الفارابى ، ١٩٩١) ص١٥٦ .

(٢) ارمان ماتلار ، امبراطورية الإعلان . ترجمة عزه ابو النصر (القاهرة : المستقبل العربى ، ١٩٩١) ص٧ .

(٣) المرجع السابق ، ص٥٠ .

(٤) فردريك معتوق ، مرجع سابق .

انتاج المواطن الاستهلاكى المزيف الوعى فى حالة التسليم بقدرة أفراد المجتمع ، أو أغلبيتهم على الاختيار العقلانى والواعى بين وسائل الإعلام ، أو بين ما تقدمه من مواد مختلفة .

ويحذر أغلب ممثلى نموذج التغيير الإنسانى من مخاطر التسليم بفرضية المتلقى النشط ، ومع ذلك لا يقولون فى المقابل صراحة بسلبية المتلق رغم أن التضليل الإعلامى يقود إلى السلبية الفردية التى تعزز وتؤكد الوضع القائم (١) ، ان المتلقى قادر فى التحليل الأخير على الاختيار والرفض أو القبول ، لكن فى حدود وضعه الإجتماعى والثقافى والظروف الاقتصادية والسياسية السائدة فى مجتمعه ، بعبارة أوضح يعارض ممثلو نموذج التغيير الإنسانى المبالغة فى التسليم بوجود المتلقى النشط ، والتى تعتمد عليها نماذج ونظريات التعرض الانتقائى ، والاستخدامات والاشباعات ، وغيرها من النماذج والنظريات التى قدمتها بحوث التأثير المعرفية أو الوظيفية أو بناء المعنى .

ويرى شيللر أن فرضية المتلقى النشط تتفق وأوضاع المجتمع الأمريكى الذى يقوم على التعدد الاجتماعى والثقافى والسياسى والانقسام الطبقى وحرية الفرد ، وقدرته غير المحدوده على الاختيار ، إلا ان هذا غير صحيح كلية ، فنظرية قيام المتلقى النشط بالاختيار وبناء المعنى لا تتناسب مع الأطفال والصغار ، أو مع الأوضاع الاحتكارية فى مؤسسات الإعلام الامريكى ، كما ان الإعلام نفسه يخضع للتشويه فكيف سيختار المتلقى الحقائق والمعلومات الصحيحة ، وما الذى سيختاره ؟ واشار شيلر إلى أن مفهوم المتلقى النشط يهدف إلى الحد من الجهود الرامية لبناء نظام إعلامى جديد ، ومساعدة العاملين فى التليفزيون ومالكى الشركات الاحتكارية متعددة الجنسيات على العمل وتسويق منتجاتهم وخدماتهم (٢) .

ويخلص شيللر إلى أن المبالغة فى دور المتلقى فى التعرض للوسيلة وانتاج المعنى ، تسعى

---

(١) هربرت . أ . شيللر ، المتلاعبون بالعقول ، مرجع سابق ، ص٣٩ .
(2) Herbert Schiller , Culture Inc, op, cit, P. 156 .

إلى التقليل من تأثير الإعلام ، وبالتالى فى وجود الامبريالية وهيمنتها الثقافية ، ويقول " لاشك فى إختلاف تفسيرات المتلقين للرسائل الإعلامية ، كما انهم ربما ينقلونها للآخرين بطريقة تتفق وخبراتهم الشخصية واذواقهم ، لكن عندما يواجهون برسائل مكرره باستمرار - إذ تصدر هذه الرسائل فى كل الظروف الثقافية من المسيطرين على النظام الإجتماعى - فإن قدراتهم تتعرض للارتباك ، ودورهم يتقلص " (١) .

من هنا تتضح ضرورة دعم القدرات النقدية لدى المتلقى سواء فى نظرته أو تعامله مع النظام الإعلامى ، وآليات احتكار الإعلام والهيمنة الثقافية المحلية والدولية ، وذلك من خلال تطوير أشكال فردية واجتماعية للاتصال الحر أصبحت تتيحها التكنولوچيا الحديثة رخيصة التكاليف كأجهزة التسجيل والڤيديو والكمبيوتر الشخصى والفاكس والتليفزيون ذو الخطين (٢) . فى هذا الإطار يمكن لبحوث التأثير الاهتمام بموضوعات جديدة غير تقليدية تتصل بالمعانى التى يشكلها الناس فى حياتهم العادية ورؤيتهم للعالم والنظام الإجتماعى علاوة على فرص الاتصال الموازى البعيد عن النظام السائد والمتحرره من قيوده ، ويستدعى ذلك تطوير منهجى يتجاوز الاشكال والمصادر التقليدية فى دراسة التأثير (٣) .

٤- الهيمنة الإقتصادية والثقافية على المستوى الدولى :

تتميز إسهامات نموذج التغيير الإنسانى بترابط وتكامل فرضياته ومفاهيمه الاساسية ، فالطابع الايدلوچى للإعلام وتأثيراته تقود إلى نظرية انتاج المستهلك والناخب ، وهى بدورها تعتمد على نقد فرضية المتلقى النشط ، ومثل هذا الترابط والتكامل يساعد فى دراسة التأثير الإعلامى سواء فى البيئة المحلية أو البيئة الدولية .

---

(1) Ibid, P.156 .

(٢) هربرت . أ . شيللر ، المتلاعبون بالعقول ، مرجع سابق ، ص ص ٢٤٣ - ٢٤٥ .

(3) Michael Tracy, the poisoned chalice ; Inernational teleuision and idea of domince , Deadalus , Vol, 114, No, 4, fall 1985, PP 41-52 .

وقد اهتم ممثلو نموذج التغيير الإنسانى بالترابط والتأثير المتبادل بين البعدين المحلى والدولى انطلاقاً من اهتمامهم بعمل ونشاط الشركات متعددة الجنسية على النطاق الدولى ، وعلاقتها بالسياسة الخارجية للدول الكبرى وخاصة الولايات المتحدة ، اضافة إلى ان التطور التكنولوجى الذى مكن وسائل الإعلام من العمل على نطاق دولى حتى إذا كانت تستهدف الجمهور المحلى أساساً .

وافضى هذا الاهتمام إلى بلورة عدد من المفاهيم والمقولات حول التبعية الإعلامية والثقافية ، التى واكبت ودعمت ما قدمته مدرسة التبعية فى تفسير العلاقة بين الدول الصناعية المتقدمة ودول الجنوب .

ولا يتسع المجال هنا لتوضيح إسهامات مدرسة التبعية ، إلا ان استعراض ما تقدمه هذه المدرسة فى مجال التأثير الإعلامى على الصعيد الدولى يستدعى الوقوف على بعض المفاهيم والمقولات الاساسية التى قدمتها .

وتفترض مدرسة التبعية الثقافية والإعلامية وجود تزاوج أو تحالف فى المصالح بين حكومات الدول الصناعية الكبرى من ناحية والشركات الاحتكارية متعددة الجنسية من ناحية ثانية ، وحكومات دول الجنوب والقوى الإجتماعية التى تدعمها من ناحية ثالثة ، وتسعى حكومات الدول الصناعية الكبرى - بدرجات مختلفة - والشركات متعددة الجنسية إلى فرض نظام إعلامى دولى يقوم على الملكية الخاصة والربح وبالتالى انتاج المتلقى - المطوع وتسييد النموذج الثقافى الغربى بكل آلياته القيميه والسياسية ، وذلك عبر انتاج وتوزيع الإعلان والمواد الإعلامية والترفيهية المختلفة ، وتقديم النماذج الثقافية التى تقوم الحكومات فى دول الجنوب بتقليدها ، وتكيفها طبقاً للواقع المحلى (١) .

ولا تقتصر علاقات التبعية على ذلك بل تشمل التبعية التكنولوجية والتبعية فى دراسات الإعلام بما فى ذلك الاعتماد على مفاهيم ونظريات التأثير الإعلامى السائدة فى الولايات المتحدة ، والتى لا يتواءم كثير منها مع ظروف واحتياجات مجتمعات دول الجنوب .

حصاد ما سبق : أدت علاقات التبعية وأدواتها المختلفة إلى فرض الدول الصناعية الكبرى ،

---

(١) عواطف عبد الرحمن ، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية فى العالم الثالث ، مرجع سابق ، ص٥٢ .

والشركات متعددة الجنسية هيمنتها الإعلامية والثقافية على دول الجنوب ، وتسييد ثقافة استهلاكية . وبطبيعة الحال فإن دعم واستمرار هذه الاوضاع استند إلى قوة إقتصادية ومالية وسياسية يدعمها نظام لاحتكار انتاج وتداول المعلومات والمواد الإعلامية ، فالدول الصناعية والشركات الاحتكارية متعددة الجنسية فى مجال الإعلام تمتلك وكالات الانباء الدولية الكبرى والصحافة الدولية وأكبر شبكات التليفزيون العالمية التى تستخدم البث المباشر عبر الاقمار الصناعية ، فضلاً عن الانتاج التليفزيونى والسينمائى والإعلانى (١) .

وهذه الأوضاع تساعد الدول الكبرى والشركات متعددة الجنسية على فرض وتأكيد قوتها وهيمنتها الدولية .

وكانت مصادر القوة التقليدية للاقتصاد الأمريكى تقوم على الشركات العملاقة فى الانتاج الاقتصادى ، والتفوق التكنولوجى والقوة العسكرية ، ان التدفق الإعلامى والمعرفى الهائل الذى تنتجه وتدعمه الشركات الامريكية فى الخارج يسهم بقوة فى الصياغة الداخلية - يقصد داخل الولايات المتحدة - والتوسع الكونى للنظام التجارى الصناعى ولقيمه السائدة (٢) . وقد لعب صندوق النقد الدولى ومؤسسات التمويل الدولية التى تخضع للنفوذ الامريكى والغربى دوراً مهماً فى تكريس الهيمنة الإعلامية الغربية من خلال وسائل عديدة أهمها ، دعم وتمويل تكنولوجيا للاتصال تعتمد على التدفق غير المتوازن للإعلام ، واستيراد دول الجنوب وسائل إعلامية وتكنولوجيا للاتصال تعتمد على التدفق غير المتوازن للإعلام وتدعم علاقات التبعيه ولا تستجيب لأولويات واحتياجات دول الجنوب (٣) .

---

(١) لمزيد من التفاصيل انظر :

- شون ماكبرايد ، ايلى ابل ، مصطفى المصمودى وآخرون ، اصوات متعددة وعالم واحد (الجزائر : الشركة الوطنية للنشر والتوزيع - اليونسكو ، ١٩٨١) .

(٢) هربرت شيللر ، المتلاعبون بالعقول ، مرجع سابق ، ص١٨٩ .

(3) Sussman gerald tele communications for transnational integration : the wold bank in philippines , sussman gerald and lent john (eds) transnational communication wiring the third world : communication and human values (London : sage publication , 1991) P . 50 , P . 113 .

ويقول ميشيل تراس ان مؤسسات الهيمنة الثقافية ما تزال قادرة على خلق ظروف السيطرة المحلية والدولية فى مجال الاتصال ، ولذلك استمرت هذه الهيمنة ، وجرى تركيز كبير على قدرة المتلقى على الاختيار ، أو انه لا يهتم بالرسائل الإعلامية ، ويلاحظ تراس - كما سبق وأكد شيللر - التزامن بين عودة الاهتمام بفرضية التأثير المحدود وزيادة البحوث حول المتلقى النشط من جهة ، وارتفاع صوت وتأثير الدعوة إلى نظام إعلامى دولى جديد من جهة ثانية ، ورفض الولايات المتحدة لهذه الدعوة ومحاربتها بقوة من جهة ثالثة [١] .

ويلاحظ الباحث ان مقولات تراس وشيللر وماتلار وغيرهم من ممثلى النموذج النقدى (التغيير الإنسانى) حول الهيمنة الثقافية والإعلامية على الصعيد الدولى تحتاج إلى مراجعة وتطوير ، إذ يصعب النظر إلى عودة الاهتمام بفرضية المتلقى النشط وبحوث التأثير المحدود للإعلام ، وكأنها مؤامرة أو اتجاه فرضته بشكل كامل مصالح الدول الكبرى ، والشركات الاحتكارية متعددة الجنسية حتى تبرر وجودها ونشاطها على المستوى الدولى ، وتحد من الجهودالرامية لبناء نظام إعلامى جديد .

ويرى الباحث ان هناك حاجة موضوعية لخلق نوع من التوازن بين المبالغة فى دور المتلقى وقدراته ، وبين سلب المتلقى أى قدرة أو حرية على الاختيار وتصويره كمتلق سلبى .

ويرى أيضاً ان الإختلافات الثقافية بين الشعوب تدعم - إلى حد كبير - من فكرة قدرة المتلقى على الاختيار والتأويل والتفسير الخاص للمضامين والصور والرموز الإعلامية التى تصل إليه ، وبالتالى من الصعب التسليم باكتمال الهيمنة الثقافية للغرب وللثقافة الاستهلاكية على العالم فما تزال - رغم آليات العولمة - هناك خصوصيات ثقافية ومجتمعية تدعم جهود المقاومة ، والبحث عن بدائل لإعلام يحترم التعددية الثقافية وتعددية النماذج الحضارية ، والخيارات الاقتصادية والسياسية .

(1) Michael , the poisoned chalice : international televison and idea of dominance , deadalus , Vol , 114 , 4 , fall , 1985 , PP. 41 - 52 .

خلاصة القول ان التحولات الدولية وتسارع عمليات العولمة أفرزت واقعاً سياسياً وإقتصادياً وإعلامياً جديداً يختلف عن الواقع الذى تعامل معه ممثلو نموذج التغيير الإنسانى ، وبنوا تحليلاتهم عليه فى شأن الهيمنة الإعلامية والثقافية كأحد تجليات التأثير الإعلامى على الصعيد الدولى . وهذا الإختلاف يستدعى مراجعة تحليلية لفرضية التأثير الكبير للإعلام ، والتهميش المبالغ فيه لدور المتلقى وقدرته على الاختيار والتأويل والتفسير فى ضوء :

أولاً : الخصوصية الثقافية للشعوب وقدرتها على التكييف والمقاومة .

ثانياً : الاختلافات الإجتماعية والثقافية داخل كل مجتمع ، فمن المحتمل تأثر وخضوع بعض القطاعات والطبقات فى دول الجنوب لهيمنة الثقافة الغربية مقابل رفض ومقاومة قطاعات وطبقات أخرى واحزاب وقادة رأى لهذه الهيمنة .

وكانت كثير من الدراسات عبر المجتمعية المقارنة قد أكدت أهمية الفروق القومية فى قراءة وتفسير برامج التليفزيون ، وان الرسائل التى تنطوى عليها هذه البرامج تصل لهؤلاء الذين يريدونها ، ومن هنا فإن الجنسيات والطبقات الإجتماعية المختلفة سوف تشاهد برامج ذات شعبية دولية ، ولكن من خلال رموز غير ملائمة ، ومن ناحية ثانية فإن فيضان العلاقات والرموز والصور والخبرات سوف يحول دون ظهور عقيدة عالمية متكاملة ، لكنه يساعد تعرّف الفرد على الآخر والآخرين (١) .

ويرى الباحث ان وفرة ادوات الاتصال الشخصى ، وتعدد الخيارات اضافة لأجهزة وشبكات الحاسب الآلى (الكمبيوتر) التى توفرها تكنولوجيا رخيصه نسبياً تخلق ما يمكن تسميته بالإعلام الموازى للإعلام المهيمن والمسيطر سواء على النطاق المحلى أو الدولى ، ولا شك ان شعوب دول الجنوب ، خاصة مؤسسات المجتمع المدنى وقادة الرأى فيه ، قادرة على امتلاك هذه الادوات وتعظيم تأثير الإعلام الموازى والحد من عمليات الهيمنة الثقافية والحضارية والسياسية التى تمارسها أجهزة الإعلام سواء المحلية الرسمية أوالدولية التابعة للدول الكبرى والشركات متعددة الجنسية والدولية .

---

(١) مايك فيذرستون ، مرجع سابق ، ص ص ١٥٦ – ١٥٧ .

التحليل الدلالى للنص الصحفى

د. محمود خليل

مقـــدمـــة

يعرض هذا الفصل لإشكالية إكتشاف المضمون الكامن Latent Content داخل الأفكار التى تحملها النصوص الصحفية ، والذى يشكل أحد الأبعاد الغائبة فى تحليل هذه النوعية من النصوص ، خصوصا فى ظل سيادة مناخ عام سياسى واجتماعى وثقافى وحضارى وقانونى يلجىء الكتاب الصحفيين فى بعض الأحيان إلى تحميل النص لمعانى ودلالات، لاتنكشف من مجرد الملاحظة العلمية للمضمون الظاهر بداخله .

وإذا كانت ملاحظة المضمون الظاهر للنص تتم بالإتكاء على أداة منهجية تتمثل فى تحليل المضمون، فإن حدود هذه الأداة تتوقف عند حد الكشف عن المعنى الظاهر داخل النص، ولا تتجاوره إلى المعنى الكامن ، الأمر الذى فرض ضرورة البحث عن أداة منهجية تكشف عن المعانى الكامنة التى يتضمنها النص الصحفى فى ظل بيئة صحفية واجتماعية وسياسية وثقافية، تحول بين الصحفى وبين التعبير المباشر (خصوصا وأنه فيما يتعلق براوية الأحداث أحياناً مايلجأ بعض الصحفيين إلى إجراء بعض التحريفات داخل النص بهدف الإثارة واجتذاب القارىء إليه) ، الأمر الذى يضطره إلى استخدام أساليب أقل مباشرة، وأقرب إلى التلميح منها إلى التصريح، وذلك فى الكتابة الصحفية .

ونحن نعنى هنا بمناقشة طبيعة الفكرة داخل النص الصحفى، والعوامل التى تحكم انتاجها واختيارها، والتعبير عنها، ثم نعرج بعد ذلك إلى مناقشة أداة التحليل الدلالى كآخذ الآدوات المنهجية المستخدمة فى الكشف عن المضمون الكامن داخل النص الصحفى.

أولا : إنتاج الأفكار داخل النصوص لصحفية

يعد الاختيار الجيد للفكرة الصحفية أساس العمل الصحفى الناجح، ولعل أبرز مقياس يمكن أن نقيس به نجاح الكاتب المحرر الصحفى هو مدى قدرته على إنتاج المزيد والجديد والمتميز من الأفكار التى تجذب إليها قراء الصحيفة.. فالصحافة الناجحة فكرة ناجحة قبل أن تكون أى شىء أخر، وألمع الأسماء فى عالم الصحافة أمس واليوم وغدا هى تلك الأسماء القادرة على انتاج أفكار جديدة تثرى بها المادة المنشورة على صفحات الجرائد والمجلات التى يعلمون بها.

وإذا كانت الصحافة قد مرت بعدة أطوار فى تطورها فبدأت صحافة خبر يشغل الجانب

الإعلامى حيزا أساسيا بداخلها، ثم بدأت تتحول إلى صحافة رأى يحتفظ فيها الخبر بمكانته ويشغل الجانب التوجيهى حيزا أساسيا فيها ، فقد أصبحت الصحافة اليوم صحافة موضوع (تحقيقات – حوارت – تقارير) يشغل الجانب التفسيرى والتحليلى حيزا أساسيا فيها، وقد مثل هذا الوضع جانبا من التطور الذى أصاب الصحافة بعد ظهور الراديو والتليفزيون وماتميزا به من قدرة على النشر الفورى للأحداث فور وأحيانا أثناء وقوعها.

وقد غيرت هذه الوضعية من مفهوم السبق الصحفى حيث لم يعد ممثلا فى السبق بالخبر بل أصبح السبق متمركزا فى الموضوعات الصحفية وماتحتوية من أفكار بشكل أساسى، وبذلك فإن الصحيفة التى تهمل فى تقديم ومعالجة الجديد من الأفكار التى تهم القارىء هى صحيفة مهددة بفقد قارئها وتحوله إلى غيرها من الجرائد إن عاجلا أو أجلا.

ولعل أكبر مشكلة تواجه الصحفى الناشىء هى القدرة على الوصول إلى الأفكار التى يمكن أن تكون أساسا لموضوع صحفى ناجح، وربما كان السبب فى ذلك أن هذا الأمر يتطلب نوعا من الموهبة التى لابد وأن تتوافر فى الصحفى مما يمكنه من إثبات وجوده داخل الصحيفة التى يعمل بها.. وقد اثبتت الممارسة أن هناك العديد من الأسماء الصحفية، وبعضها ناجح ولامع، ولاتتمكن فى معظم الأحيان من إختيار أفكار الموضوعات التى يقومون بتنفيذها بشكل جيد لأنهم منفذون جيدون فقط.

وهناك من الصحفيين من يكون لديه القدرة على إختيار الأفكار، ولكن لايوجد لديهم الوقت الذى يسمح لهم بتنفيذ هذه الأفكار فيسندون مهمة تنفيذها إلى غيرهم من الصحفيين.. وأيا كان الواقع فإنه يوجد داخل كل صحيفة عدد من الصحفيين، قد يزيد وقد ينقص، ممن لديهم القدرة على اختيار الجديد من الأفكار التى تنفذ لتنشر على صفحاتها، وعادة مايحتل أمثال هؤلاء الصحفيين مواقع متميزة داخل الصحف .

١- مصادر الأفكار داخل الفنون الصحفية :

ويختلف مصدر الفكرة داخل النص الصحفى من فن صحفى إلى آخر . فداخل الخبر الصحفى نجد أن إنتاج الأفكار الأساسية لا يأتى عن طريق المندوب الصحفى المكلف بجمع الأخبار من مصادرها المختلفة بل تكون المصادر الخبرية فى هذه الحالة بأنواعها وأشكالها المختلفة هى المصدر والموجه للأفكار داخل النص ، ولا يستطيع أى من المندوب أو المحرر الخبرى أن يتدخل فيما يوجد بالنص الخبرى من أفكار سواء بالحذف أو الإضافة أو التلوين إذ أن ذلك سيعد

تدخلا بالرأى من جانب الصحيفة يتم عن طريق المندوب أو المحرر، الأمر الذي يتنافى مع مايفترض فى الخبر من موضوعية .

فالفكرة داخل هذا النوع من النصوص حرة لصالح المصدر الخبرى في الأساس ، كما أن هذه الفكرة سواء كانت سردا لمعلومة أو تصريح أو واقعة معينة لاتكتسب أى درجة من المصداقية لدى القارىء المتلقى لها إلا بإسنادها إلى مصدر معين Attribution.(١)

وإذا انتقلنا إلى فن صحفى آخر ينتمى إلى منظومة المواد الصحفية التى تحقق وظائف تفسيرية للقارىء كفن التحقيق الصحفى والمصدر هنا يتولى انتاج الأفكارداخل النص وإن علا فى معظم الأحيان دور الكاتب فى توجيه الفكرة فمحرر التحقيقات مطالب بإستمرار بأن ينتج الجديد من الأفكار التى تؤدى إلى موضوعات صحفية جديدة ومتميزة . وهو يقوم بجمع هذه الأفكار من مصادر مختلفة.

وأيا كان مصدر الفكرة داخل التحقيق الصحفى فإنها تكتسب لدى الكاتب الصحفى خصوصية معينة تأتى من المعالجة الصحفية المتميزة التى يقوم بها عند تنفيذ هذه الفكرة والتى يمكن أن تفرق بين التحقيق الصحفى الذى قام به والتحقيقات الأخرى التى يمكن أن يقوم بها زملاؤه حول الفكرة نفسها .

وداخل نص التحقيق ذاته نجد أن المصادر الصحفية ، أيا كان نوعها: مسئولون - متخصصون - مفكرون - رأى عام - وثائق.. تلعب دورا أساسيا فى توجيه الفكرة داخل النص، حيث يكون التحقيق الصحفى، فى الأغلب، مجالا لعرض الأفكار المختلفة لهذه المصادر حول المشكلة أو الموضوع المطروح بداخله.. وتتمثل أهمية المحرر فى هذه الحالة فى إدارة هذه الأفكار داخل التحقيق بشكل معين فى إطار خطة معالجته للمشكلة أو الموضوع.

ومن الفنون الصحفية الأخرى التى يكون مصدر الفكرة فيها مغلقا على الكاتب الصحفى ذاته يبرز فن المقال الصحفى وخصوصا الأعمدة الصحفية والمقالات الموقعة فمصدر الفكرة داخل هذه الأجناس الصحفية عادة مايكون نابعا من الكاتب الصحفى ذاته الذى تتعدد بالتالى المصادر التى يعتمد عليها فى إسقاء أفكار كتاباته، وهو يتمتع بحرية كاملة في الإختيار من بين هذه الأفكار، كما أنه حرية كاملة أيضا فى إختيار الأسلوب الذى سيسلكه فى معالجة هذه الأفكار.

" إن كاتب المقال الصحفى لا يعتمد فى أفكاره على قيادة صحيفة أعلى منه تزوده بالجديد

مما ينبغى ان يكتب فيه ، بل دائماً مايبحث عن الأفكار التى يكتب فيها، ويقرر بحرية كاملة ماسيتناوله من هذه الأفكار داخل مقاله، ومعظم كتاب المقالات الصحفية عادة مايضعون خطة ثابتة للبحث عن أفكار كتاباتهم" (٢)

فكاتب المقال الصحفى لاتوجد مرجعية معينة خاصة به يعود إليها لكى تقرر له معالجة الفكرة التى إختارها فى مقال صحفى من عدمه (هذا هو المفترض)، وذلك على عكس المحرر الخبرى الذى يعد مصدر الخبر مرجعية أساسية وحاسمة فيه ، وكذلك على عكس محرر التحقيق الصحفى الذى توجد وراءه مرجعية معينة تتمثل فى رئيس قسم التحقيقات أو من يأتى فوقه من قيادات صحفية يمكن أن تشارك المحرر فى القرار المتعلق بإختيار الفكرة، بل وبأسلوب معالجة الفكرة أحياناً، وذلك بالإضافة إلى مرجعية المصادر التى سيلجأ إليها الصحفى فيما سيتضمنه التحقيق من أفكار وأراء ومعلومات .

أما كتب المقال الصحفى وخصوصا كتاب الأعمدة الصحفية والمقالات كما سبق وأشرنا فإنه يتمتع بمقدار أكبر من الحرية فى اختيار الفكرة وكذا فى أسلوب معالجتها، "وإن كان ملتزما بشكل أدبى ألا يخرج عن الخط العام الذى تلتزم به الصحيفة" (٣)

وخصوصا فى ظل الطابع الرسمى الذى يسم الصحف المصرية فى الوقت الحاضر سواء الصحف الحكومية واقعا والقومية إسما أو الصحف الحزبية ، وإن كان هذا لايمنع العديد من الكتاب الصحفيين فى بعض الأحيان من الخروج على هذا الخط لمسافة قد تبعد وقد تقترب طبقا لعوامل عدة لامجال هنا لتفصيلها.

٢- حرية الكاتب الصحفى فى اختيار أفكاره

وحرية الكاتب الصحفى فى إختيار أفكاره داخل الفنون الصحفية المختلفة، بما فيها المقال الصحفى، ليست مطلقة (وذلك بفرض ثبات العوامل المهنية التى تتحكم فى ذلك) فهناك قوائم من الممنوعات الفكرية داخل النصوص الصحفية والعديد من الخطوط الحمراء التى لايستطيع المحرر الصحفى أن يتجاوزها فى اختياره للفكرة الصحفية وتأتى مصادر هذه الممنوعات من سلطة القارىء الصحفى أو الجماعة القارئة فى بعض الأحيان ، وتأتى فى أحيان من داخل الصحيفة ، وتأتى فى ثالثة من السلطة السياسية التى تحكم المجتمع .

فيمكن القول بوجود ثلاث أنواع من السلطات التى تحد من حرية الكاتب الصحفى فى

إختيار الفكرة داخل النص الصحفى ، وتتلخص هذه السلطات فى السلطة الاجتماعية والسلطة السياسية والسلطة الصحفية التى تضع أنماطا عديدة مما يمكن تسميته بقوائم النبذ والحصر داخل النص الصحفى .

وفى إطار الوعى بالحدود التى تضعها السلطات الثلاث المذكورة على النشر ، فقد قامت مجلة "روز اليوسف"، على سبيل المثال ، بإصدار عدد خاص ، نشرت فيه عددا من النصوص المنوعة ، على حد تعبير المجلة ، تتضمن عددا من الموضوعات التى يعكس عدم نشرها ضغط السلطات الثلاث السابقة : السلطة السياسية – السلطة الإجتماعية – السلطة الصحفية (٤).

وإذا أردنا أن تبلور بعض الأشكال التى تتخذها هذه السلطات الثلاث فى التحكم فى الفكرة والمضمون داخل النص، فسنجد مايلى :

– **النبذ الدينى** : فالكاتب الصحفى لا يستطيع أن يطلق قلمه فى أي قضية من القضايا المتعلقة بالأديان كثابت أساسى من الثوابت الاجتماعية بحيث يتصادم مع الحقائق الثابتة لهذه الأديان والفهم الاجتماعى الشائع لها ، ويصل الأمر فى بعض الأحيان إلى التصفية الجسدية لبعض الصحفيين اللذين يطرحون فهوما مختلفة، أو أراء تجديدية فى الدين قد تتناقض مع ماتعتنقه بعض فئات القراء داخل المجتمع، وما حادث اغتيال الكاتب الدكتور فرج فودة، نتيجة لما كان ينشره من أراء فى الصحافة لمصرية، منا ببعيد (٥) .

– **النبذ الاجتماعى** : فالصحفى لايستطيع ، على سبيل المثال أن يتناول موضوعات تتعلق بالجنس أو ما شاكله من موضوعات تشكل نوعا من "التابو" الاجتماعى بشكل مباشر وواضح وصريح، بل ويصل الأمر فى بعض الأحيان إلى حد التحفظ على العديد من مفردات اللغة المتعلقة بأمور تمس قيم الجماعة القارئة، فحتى داخل بعض المفردات المستخدمة فى التعبير داخل النصوص الصحفية، يوجد مايمكن أن نطلق عليه "التابو اللغوى" "Taboo" فهناك حذر واضح من جانب الكتاب الصحفيين فى استخدام بعض الألفاظ التى تمس بعض المفاهيم الحساسة لدى القارىء : كالمفردات المستخدمة فى التعبير عن الجنس والموت وبعض أعضاء الجسم البشرى ، وعلى الرغم من أن هذه المفردات تتعلق بمفاهيم تشكل جزءا من حقائق الحياة، إلا أنه عادة ماينظر إليها بحساسية شديدة من جانب الكتاب" (٦) ، ولعل أبرز النماذج الصحفية على ذلك مايتعلق باللغة المستخدمة فى صياغة أخبار الحوادث.

ومن أبرز الشواهد على دور القيم الاجتماعية السائدة فى وضع حدود على الفكرة داخل النص الصحفى، ما قام به أحد أعضاء مجلس الشعب (السابق) من استجواب لوزير الثقافة بسبب قيام إحدى المجلات التى تصدرها الوزارة من نشر صورة تخدش الحياء العام (من وجهة نظره)(٧).

– **النبذ التشريعى** : فقوانين الصحافة والنشر وغيرها مليئة بالمحظورات التى تحدد مناطق معينة تمنع الصحفى من الاقتراب منها وإلا وقع فى إحدى جرائم النشر، ولعل الأزمة الأخيرة التى أثارها صدور القانون الأخير رقم ٩٣ لسنة ١٩٩٥، وماتبعه من تشكيل لجنة الأربعة وثلاثين لصياغة قانون جديد للصحافة المصرية أكبر دليل على ذلك.

– **النبذ الأيديولوجى أو المؤسسى**: فالصحفى أيا كانت أيديولوجيته والتزامه بأفكاره فإنه ملزم أيضا بألا يتجاوز الخطوط العريضة لأيديولوجية الصحيفة التى يعمل بها كما يعبر عنها مالكها. تستوى فى ذلك الصحف المملوكة للدولة والصحف المملوكة للأحزاب ، وكذلك الصحف المملوكة لأفراد فى حالة وجودها.

وتتحدد هذه الخطوط الايديولوجية، فيما يطلق عليه السياسة التحريرية للصحيفة والتى تعرف على أنها "مجموعة المبادىء والقواعد والخطوط العريضة التى تتحكم فى الأسلوب أو الطريقة التى يقدم بها المضمون الصحفى، وتكون فى الغالب غير مكتوبة، بل مفهومة ضمنا من جانب أفراد الجهاز التحريرى وتظهر فى سلوكهم وممارستهم للعمل الصحفى اليومى ، وهى تخضع لقدر من المرونة تختلف درجته من صحيفة لأخرى ز، ومن موقف لآخر، ومن فترة لأخرى داخل الصحيفة نفسها" (٨) .

– **النبذ المتعلق بالقيادة الصحفية** : وخصوصا فى ظل القيادات الصحفية التى تتميز بقدرتها على التأثير فى الغير، بحيث تعد رمزا لمدرسة صحيفة معينة، أو فى ظل القيادات الصحفية ذات الطابع الديكتاتورى والتى تحدد خطا معينا للصحيفة تحاول إلزام كتابها ومحرريها به. وقد أثبتت إحدى الدراسات أن هناك بعض الكتاب الذين يمثلون رمزا لمدرسة صحيفة معينة، يؤثرون فى مجموعة الصحفيين الآخرين العاملين معهم، حتى فيما يتعلق بأسلوب لكتابة الصحفية ومن هذه النماذج : مصطفى وعلى أمين فى أخبار اليوم، ومحمد حسنين هيكل فى الأهرام. (٩)

٣- إكتشاف المضمون الكامن داخل النص الصحفى

ورغم وجود مجموعة القيود السابقة، إلا أن تاريخ الصحافة المصرية وحاضرها أيضا يزخران بالعديد من النماذج على محاولات الخروج عن وتجاوز هذه القيود .. وعندما يقوم المحرر

أو الكاتب الصحفى بذلك ، فإنه يقوم به بشكل غير مباشر بحيث يصعب اكتشاف هذا الخروج أو المجاوزة لأى قيد من القيود السابقة من على سطح النص ومن مجرد تحليل المضمون الظاهر والمحتوى الصريح داخل النص .

وقد شغلت قضية المضمون الذى يحتوية النص إهتمام الباحثين فى المجال الإعلامى منذ فترة مبكرة من هذا القرن ، وأثمر الاشتغال بهذه القضية عن ظهور أداة منهجيه تساعد فى الكشف عن المضمون داخل النص الصحفى والمتمثلة فى تحليل المضمون.

ولعل من أشهر التعريفات التى قدمت لتحليل المضمون ذلك التعريف يذهب إلى إن " تحليل المضمون هو أحد الأساليب البحثية التى تستخدم فى وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعياً ، منتظما، كميا" (١٠).

فتحليل المضمون يركز أساسا على المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية، ويعد هذا الجانب أساسا فى معظم التعريفات التى طرحت لتحليل المضمون ، ولكن المضمون الحقيقى داخل النص الصحفى قد لايبدو واضحا وظاهرا على سطح النص بحيث يمكن اكتشافه وتوصيفه بمجرد تحليل المحتوى الظاهر الصريح للمادة الأعلامية.

إن واقع الحال داخل النصوص الصحفية ، يشير إلى أن المعنى داخل هذه النوعية من النصوص لايكون ظاهرا على السطور فى العديد من الأحيان بل يكون متواريا وراء السطور وبينها، وأن المسكوت عنه فى النص الصحفى يفوق أحيانا ماقيل فيه وبخاصة فى عالمنا الثالث الذى تتم الممارسة الصحفية فيه فى ظل مجموعة من القيود التى تفرضها ظروف وأوضاع مختلفة ، سبقت الإشارة إلى بعض منها.

وقضية حرية التعبير هنا ليست مطروحة بالمعنى السياسى خصوصا، بل مطروحة بمعناها العام بما تعنيه من حرية الكاتب/ الصحفية فى التعبير عما يعن له من أفكار ورؤى ومعتقدات فأيا كان حجم الحرية المتاحة داخل مجتمع ما، فإن هناك محددات لها تغل قلم الكاتب. وإذا أراد الكاتب/ الصحيفة تجاوز هذه المحددات فإنه لا يستطيع أن يفعل ذلك بأسلوب التصريح بل غالبا ما يستخدم أساليب التلميح التى يجيدها، وبالتالى يكون المعنى هنا غير ظاهر على السطور بل يكون متواريا خلفها ومن هنا تأتى أهمية تحليل الشفرات النصية بعيدا عن المضمون الظاهر أو المحتوى الصريح للمادة الاعلامية .

وفى هذا الاطار نقول بأن تحليل المضمون يمكن أن يكون له عائد عند قراءة النص فى

سياق إجتماعى وسياسى يحمى حرية التعبير بحيث لايحتاج الصحفى إلى التوارى وراء اللغة وبحيث يكون مضمون أو محتوى النص تعبير حقيقى عن فكر منتجه (كتاب - أو صحيفة) وفى حالة غياب هذا العنصر الحاسم - حرية التعبير بالمعنى العام لها - يصبح تحليل الحاضر فى النص الصحفى غير ذى قيمة ، بل أحياناً مايكون له قيمة سلبية حيث يعرض لنا تحليلات لهذه النوعية من النصوص لا تعكس الواقع أو فكر الجهة التى انتجتها .

وبذا فإن البحث الصحفى بدلا من أن يصبح أداة للوعى والكشف عن جوهر الممارسة الصحفية فى سياق معين يصبح أداة للتضليل و للتزييف ، حيث يقع الباحث فى نوع من التزييف العلمى يتوازى مع ماتقوم به الصحافة، أحيانا، من تزييف للوعى الجماهيرى.

ويضاف إلى ماسبق أن الأداء اللغوى داخل النصوص العربية، يعتمد فى بعض الأحيان على الإضمار، بقدر مايعتمد على الإظهار، ويكون طريقنا إلى أكتشاف المضمر اللغوى فى النص هو تحليل بنيته الظاهرة، وتنطبق هذه الحالة على النصوص الصحفية أكثر مما تنطبق على غيرها من أشكال التعبيرات الكتابية الأخرى، إذ أن لغة الصحافة كثيراً ما تخرج عن القواعد المتعارف عليها لغويا، ويكون الهدف فى هذه الحالة دائما هو الإختصار الذى يعد سمة أساسية من سمات الأسلوب الصحفى، ويظهر هذا الأمر بصورة واضحة عند تحليل لغة العناوين الصحفية، والتى تعتمد فى جانب كبير من أسلوب صياغتها على الاختصار.

وفى ضوء ذلك تظهر أهمية تحليل الغائب فى النص الصحفى بالاضافة إلى تحليل الحاضر فيه، أو بعبارة أخرى تظهر أهمية تطبيق جدلية الحضور والغياب كمدخل أساسى لتحليل النص الصحفى؛ بحيث يتم إستنطاق النص وإكتشاف المعنى والضمون فيه بشكل أكثر عمقا مما يتيحه تحليل المضمون الظاهر أو المحتوى الصريح للمادة الصحفية وبحيث يأخذ التحليل هنا شكلا ديالكتيكا يتم فيه استخدام الحاضر داخل النص كأداة وكمحدد للكشف عن الغائب فيه ، وذلك دون شطط فى التأويلات تخرج الباحث عن حدود الموضوعية وتدخله فى دائرة الذاتية فى التحليل. ويتم أيضا فى هذا الإطار إستخدام الغائب فى النص كأداة مفسرة لعناصر الحضور فيه وذلك عندما يضع المحلل فى اعتباره مجموعة السياقات التى يحددها كأساس لقراءة النص الصحفى الذى يقوم بتحليله .

إن تحليل اللغة هو أكثر الطرق موضوعية ومنهجية لفهم وتوصيف وإكتشاف المضمون داخل النص الصحفى "فاللغة تحدد للمؤلف طرائق لتعبير التى يسلكها ليعبر عن فكره، للغة وجودها

الموضوعى المتميز عن فكر المؤلف الذاتى، وهذا الوجود الموضوعى هو الذى يجعل عملية الفهم ممكنة، ولكن المؤلف – من جانب أخر – يعدل من معطيات اللغة تعديلا ما، ولكنه لايغير من اللغة بكاملها، وإلا صار الفهم مستحيلا. إنه–فحسب–يعدل بعض معطياتها التعبيرية، ويحتفظ ببعض معطياتها التى يكررها وينقلها ، وهذا مايجعل عملية الفهم ممكنة " (١١)

١- **التحليل الدلالى للنصوص الصحفية**

ومن أبرز الأدوات المنهجية التى بدأت تطرح نفسها كبديل لتحليل المضمون فى الحالات التى لاتستطيع فيها هذه الأداة الوفاء بمتطلبات قراءة النص الصحفى أو الإعلامى عموما : لتحليل السيميولوچى أو الدلالى للنصوص Semiological Analysis .

وتندرج هذه الأداة منهجيا ضمن الأدوات المستخدمة فى تحليل الخطاب Discourse Analysis " وقد شاع هذا المصطلح فى مجال اللغويات وعلم الإجتماع وغيرها، ويعنى بمعالجة البنية الكامنة للكلمات والأفكار أو Deep Structure ، وكذلك بالعمليات الوظيفية التى تتخلل المقولة المكتوبة أو المنطوقة أو مايسمى بـــDiscourse Processes " (١٢) .

ويقصد بالسيمويولوچية : علم العلامات فهى تبحث فى كافة الأنظمة الرمزية ذات الدلالة حتى ماكان خارجا منها عن نطاق اللغة، وإن كانت تركز بدرجة أكبر على النظام الرمزى للغة، باعتبارها ذات أهمية خاصة بالنسبة للإنسان (١٣)

فاتحليل الدلالى يعتمد على تحليل السلوك الرمزى بكافة أنواعه وأشكاله وأدواته كى يستشف الدلالة من ورائها ، حيث لايتوقف عند مجرد تحليل هذه الأنواع والأشكال والأدوات فى ذاتها ، بل يتجاوز ذلك إلى محاولة اكتشاف المعانى الكامنة وراءها والتى تعبر عنها.

وتعد هذه الأداة تطويرا لنظرية "سوسيور" فى اللغويات Linguistics وإن اختلفت عن هذه النظرية فى جانبين : (١٤)

١ – أنها لاتهتم فقط بالنمط التقليدى للغة (النمط اللفظى) بل تهتم أيضا بأى نظام رمزىSign - System تتوافرله بعض الخصائص التى تحكمه والتى تشبه خصائص اللغة.

٢– أنها كما توجه إهتمامها إلى النظام الرمزى ، تهتم أيضا بمعنى هذه النصوص فى ضوء الثقافة التى أنتجتها ، فهى تهتم بشرح الثقافة وتفسيرها بالإضافة إلى المعانى اللغوية، أى أنها تهتم بشرح ذلك النشاط الذى تعتبر اللغة بالنسبة له أداة، ولكنها ليست بالأداة الكافية .

فالقاعدة النصية التى يتجه التحليل الدلالى إلى تناولها تعد قاعدة شديدة الإتساع ، حيث يهتم بتحليل ثلاث قطاعات رئيسية داخل النص (١٥) :

١- **القطاع الأول:** هو الدلالة Semantics ويدرس العلاقة بين الكلمات وماتدل عليه من معان.

٢- **القطاع الثانى:** هو التركيب Syntax ويدرس العلاقة بين الكلمة ومايجاورها من كلمات داخل النص، وكذا الرموز الأخرى وما يجاورها من رموز شبيهة ،فهو بإختصار يتناول كافة أنظمة وقواعد تنظيم الرموز.

٣- **القطاع الثالث:** وهو مايعرف بالبراجماتية Pragmatics ، ويدرس العلاقة بين الكلمات والسلوك الإنسانى .

وإتساع القاعدة وتعدد القطاعات التى يتجه التحليل الدلالى إلى دراستها داخل النص يجعل له فائدة جوهرية ، وقيمة حقيقية فى الدراسات الإعلامية، حيث أنه يتناول بالتحليل العديد من الأنظمة الرمزية التى تشكل جانبا مهما من النصوص الصحفية والإعلامية أبرزها على سبيل المثال الصورة الصحفية التى أصبحت اليوم تشكل جزءا أساسياً من بنية النص الصحفى ، أيا كان الشكل الفنى الذى يتجسد فيه النص (خبر - حوار - تحقيق .. إلخ).

بل أن الصورة الصحفية أصبحت تشكل فى بعض الأحيان نصا صحفيا قائما بذاته (الصورة الخبرية على سبيل المثال)، وهناك من الوسائل الإعلامية ما يرتكز على الصورة المتحركة (التليفزيون). فقد أصبح ينظر إلى الصورة الصحفية اليوم على أنها جزءا أساسيا من الرسالة الصحفية ، تعطيها نوعا من القيمة ، وقدرا من المصداقية بالإضافة إلى دورها فى نقل مضمون قد تعجز الكلمات عن نقله بنفس الدرجة من الكفاءة (١٦) .

ورغم أن فئات تحليل المضمون تتعامل مع فئات الشكل ، بالإضافة إلى تعاملها مع فئات الموضوع، فتتناول ضمنها العناصر التيبواغرافية المستخدمة داخل النص ، فإنها تتناولها كمجرد شكل يخدم فى التحليل الكمى للنص ، وليس فى ضوء ماتحمله من مضمون دال سواء تم النظر إلى هذه العناصر كجزء من بنية النص الصحفى أو نظر إليه كبنية نصية مستقلة (فى إطار دراسات الإخراج الصحفى على سبيل المثال). فللتحليل الدلالى ميزة أساسية فى تحليل النصوص التى تتعدد أنظمتها الرمزية بحيث لاتكون مقصورة على الرموز اللفظية فقط، وكذلك النصوص التى لا تلتزم بقواعد لغوية، أو تلتزم بالقاموس اللغوى المتاح .. وتنتمى معظم النصوص الإعلامية إلى هذا النمط من النصوص (١٧) .

وتتمثل القيمة الحقيقية للتحليل الدلالى فى حل معضلة المضمون الخفى Latent

Content داخل النص الصحفي.. فهو لايتوقف عند تحليل المضمون الظاهر Manifest Content داخل النص ، وتحديد الأفكار التى يتضمنها، بل يرتكز على تحليل الظاهر من اللغة كوسيلة للكشف عن الكامن من الأفكار داخل النص.

فالتحليل الدلالى لايهتم بمجرد إكتشاف النظام الرمزى الذى يكمن خلف قواعد اللغة وتراكيبها، بل يجاوز ذلك إلى إكتشاف المعانى الكامنة داخل النصوص الصحفية. فالتحليل الدلالى يهتم بالمعنى المتضمن Connotative بالإضافة إلى المعنى الأشارى Denotative ، وكذا بالعلاقات الإرتباطية التى تتأتى من الإستخدامات والدمج بين الرموز. ويتميز المعنى الإشارى بالعمومية، حيث تعنى اللفظة فى هذه الحالة نفس الشيء بالنسبة لجميع المتلقين، وكذا الموضوعية حيث ينظر إلى المعنى الخام دون تقييم فى الوقت الذى يتميز فيه المعنى المتضمن بكونه معنى متغيرا بناء على ثقافة المستقبل ، بالإضافة إلى دخول العنصر التقييمى فيه (١٨).

وترتكز هذه الرؤية فى التحليل الدلالى إلى حد كبير على نظرية التحليل النفسى التى تفرق فى أدبياتها بين الوعى واللاوعى.. حيث ينظر إلى منطقة اللاوعى على أنها موقعا للأفكار المكبوتة والتى يمكن أن يكشف عنها تحليل المضمون الظاهر والذى يرتبط إرتباطا عضويا بالمضمون الخفى داخل النص (١٩).

وفى مقارنة بين تحليل المضمون والتحليل الدلالى يصل دينيس ماكويل Denis Mcquail إلى العديد من الفروق المنهجية بين الأداتين ، والتى نلخصها فيما يلى: (٢٠)

١- يقدم لنا التحليل الدلالى طريقة لوصف المضمون ، ويمكن أن يكشف لنا عن خصائص منتجى النص، والذين يقومون بنقل الرسائل الإعلامية إلى المتلقين، وهو مفيد بدرجة أكبر من تحليل المضمون فى التنبؤ وشرح تأثير المضمون على المتلقى.. وهو يفيد بصفة خاصة، وفى جانب كبير منه البحوث التقييمية التى تهدف إلى كشف الإيديولوچية الكامنة Idealgy والإنحيازات الموجودة داخل مضمون الرسالة الإعلامية .

٢- لايعتمد التحليل الدلالى على التكميم ، بل وينظر بعين العداء إلى الإحصاء كوسيلة للوصول إلى الدلالة داخل النص، وعلى هذا فإن المعنى فى ظل هذه الأداة يستشف من العلاقات Relationships و التعرضات Oppositions و السياق Context.

٣- يوجة التحليل الدلالى إهتمامه إلى المعنى الكامن فى النص أكثر من اهتمامه بالمعنى الظاهر، حيث ينظر إلى المعنى الكامن على أنه أكثر جوهرية .

٤- يعد التحليل الدلالى، فى جانب معين منه ، أكثر تنظيما من تحليل المضمون، حيث لا يعطى وزنا لمقاييس العينات، ويرفض فكرة أن كل وحدات المضمون يجب أن تعامل على نفس الدرجة من المساواة، كما أنه يمكن أن يطبق بنفس الطريقة على أنوا ع مختلفة من النصوص.

٢- الإطار المنهجى للتحليل الدلالى للنصوص الصحفية

يعتمد التحليل الدلالى للنصوص الصحفية على رصد العناصر الدالة داخل النص، سواء كانت هذه العناصر دالة بالنسبة للمحلل ذاته فى إطار المشكلة البحثية التى يتناولها وأهدافه البحثية التى يهدف إليها، أوفى إطار القيمة التعبيرية لهذا العنصر داخل النص بغض النظر عن حجم هذه القيمة التعبيرية لهذا العنصر من وجهة نظر المحلل، وبالتالى يمكن التفرقة بين الثوابت الدلالية داخل النص الصحفى، وهى تلك العناصر ذات القيمة التعبيرية الثابتة، وذلك فى مقابل المتغيرات الدلالية التى تختلف قيمتها من باحث لأخر طبقا لنوع القراءة النصية التى يقوم بها.

واذا نظرنا إلى النص الصحفى (أو غيره من النصوص الإعلامية حال إعتبارها نصوصا لغوية) من الوجهة البنيوية اللغوية فإننا سنجد أنه يتكون من مجموعة من العناصر الثابتة التى تتكون منها بنية أى نص لغوى والتى يمكن النظر إليها كعناصر أو كوحدات للتحليل الدلالى لهذا النص وتتكون هذه الوحدات من [٢١] .

١- الكلمة المفردة .

٢- أكبر من كلمة (تركيب) .

٣- أصغر من كلمة (مورفيم متصل) .

٤- أصغر من مورفيم (صوت مفرد) .

ومن الملاحظ أن العنصرين الأول (الكلمة المفردة) والثانى (التركيب) جوهر عناصر البنى الدلالية داخل النص الصحفى حيث تتعلق عناصر المورفيم والفونيم باللغة المنطوقة أكثر مما تتعلق باللغة المكتوبة.. كما أنه عادة ماينظر إليها كجزء من بنية الكلمة المفردة، حيث تعرف الكلمة من الوجهة الدلالية على أنها "أصغر شكل حر يمكن إفراده من الكلام، ومن الواضح أن هذا التعريف يركز على الجانب الشكلى أو بعبارة أدق الصرفى.. وفى ضوء هذا التعريف يمكن تحديد مجموعة

من المعالم التى تميز الكلمة كوحدة لغوية ، والتى تتمثل فى إمكانية افرادها بالنطق وحذفها من الكلام والتحامها فيه أو الإستعاضة عنها بغيرها " (٢٢).

ويشمل التركيب داخل النص الصحفى وحدتين :

– الجملة " وينظر إلى الجملة من الوجهة الدلالية على أنها تركيب لايعد في الحديث جزءا من تركيب لغوى آخر يقال أنه فى وضع متضمن وحين لايكون جزءا من تركيب آخر يقال أنه مطلق " (٢٣) .

– الفقرة، فقد جرى العرف فى الكتابة الصحفية على أن يقسم النص إلى مجموعة من الفقرت التى تتكون كل فقرة منها من جملة واحدة أو مجموعة من الجمل" وتقوم الفقرة بتصنيف الموضوع إلى أقسامة وأجزائه الرئيسية " (٢٤).

ويلاحظ أن هناك قدرا كبيرا من التداخل بين مجموعة العناصر المختلفة التى تمثل بنية النص الصحفى.. فالكلمة هى جوهر بنية هذا النص والتى تشكل بدورها أساس بنية الجملة، والتى عادة ماتتكون من مجموعة من الكلمات، وتشكل الجملة بدورها أساس بنية الفقرة الصحفية التى تتكون من مجموعة من الجمل.. وتشكل الفقرة بعد ذلك أساس بنية النص الصحفى ككل الذي عادة مايتكون من مجموعة من الفقرات.

وإذا نظرنا إلى الوحدات الفنية التى يتكون منها أى فن صحفى عموما والتى تشمل : العنوان، المقدمة، المتن، والخاتمة (أحيانا) إذا نظرنا إلى هذه الوحدات الفنية كوحدات دالة سنجد أن مقدار الدلالة داخل كل وحدة من هذه الواحدات تقل بشكل تنازلى كلما إنتقلنا من العنوان إلى المقدمة ثم إلى المتن.

فمن المفروض أن العنوان الصحفى هو أكثر الوحدات الفنية دلالة على المضمون داخل النص الصحفى.

وتلى المقدمة العنوان فى ذلك، حيث تلخص هذه الوحدة الجوانب الأساسية لمحتوى الموضوع الذى يتناوله الصحفى وأهم مافيه وتتسع قاعدة المعلومات داخل المقدمة بالمقارنة بالعنوان وتصل إلى أقصى قدر من الإتساع لها داخل المتن.

ويلاحظ أن علاقات الدلالة بين الوحدات الفنية تأخذ شكلا متداخلا مثلها فى ذلك مثل وحدات

التحليل الدلالى (اللغوى) لهذه النوعية من النصوص ، فالعنوان الصحفى يعد دالا بشكل أساسى على مضمون مقدمة النص، التى تعد بدورها دالة على مضمون المتن.

وبدراسة الوحدات الفنية للنص الصحفى كعناصر دالة (الكلمة - الجملة - الفقرة) فسنجد أن الكلمة تعد عنصرا دالا بشكل أساسى داخل العنوان بينما تعد الجملة عنصرا دالا داخل المقدمة فى الوقت الذى تعتبر فيه الفقرة عنصرا دالا داخل النص الصحفى ككل .

فداخل العنوان الصحفى تلعب الكلمة دورا أساسيا فى بنيته، إلى الحد الذى يمكن أن يتكون فيه العنوان من كلمة واحدة فقط فى بعض الأحيان.. وفى حالة تشكل جملة العنوان من أكثر من كلمة واحدة كثيراً ماتكون هناك كلمة أساسية أو أكثر Keyword تحمل المضمون الرئيسى أو الأساسى داخل نص العنوان ، وعادة ماتكون هذه الكلمة متصدرة له، جريا وراء قاعدة الترتيب طبقا للأهمية، حتى فى إطار الكلمات التى يتضمنها العنوان تيسيرا لمبدأ الاختصار فى حالة الرغبة فى ذلك بحيث يتم استبعاد الكلمات غير الأساسية .

"فمن الضرورى أن توزن كل كلمة داخل العنوان بعناية شديدة ، ويجب الانتباه إلى وضع الكلمات الرئيسية Key Words.. ومن الأفضل أن يتم وضع الكلمة الرئيسية فى بداية جملة العنوان حيث يؤدى ترحيلها من هذا الموضوع إلى إضعاف القدرة التأثيرية لها " (٢٥) .

وبذا فإن الكلمات الأساسية داخل العناوين الصحفية تمثل العناصر الدالة داخل هذه الوحدة، والتى تشكل أساس التحليل الدلالى بها، ومن خلال رصدها يتم تكوين شبكات الحقول الدلالية التى تعكس مجموعة التصورات والمفاهيم التى تهدف الصحيفة إلى غرسها فى ذهن القارىء بشكل منظم وهادف.

ويتم تحديد الآليات الدلالية المستخدمة فى بناء هذا التصور أو المفهوم من خلال التحليل اللغوى متعدد المستويات لمجموعة الكلمات الأساسسية التى يتضمنها الحقل الدلالى .. وتشمل هذه المستويات:

- مستوى التحليل الصرفى(والخاص بتحليل البنية الصرفية للمفردة) .
- مستوى التحليل النحوى (والخاص بتحليل موقعية المفردة) .
- المستوى المعجمى (والخاص بعلاقات الحضور والغياب فى استخدام المفردات).

إننا بمقارنة سريعة بين الكلمات الأساسية داخل المانشيتات الصحفية لإحدى الجرائد

القومية بالكلمات الأساسية داخل مانشيتات أحدى الجرائد الحزبية ، يمكن أن نكتشف من خلال تحليل هذه الكلمات مجموعة الحقول الدلالية التى يمكن أن تتوزع عليه هذه الكلمات والتى تعكس مجموعة التصورات والمفاهيم التى تهدف الجريدة إلى غرسها فى ذهن القارىء عن طريق المانشيتات ، كما سيكشف لنا تحليل الكلمات المتضمنة داخل كل حقل طبقا للمستويات اللغوية السابقة الآليات الدلالية المختلفة المستخدمة فى بناء التصور أو المفهوم داخل هذا الحقل.

وإذا انتقلنا من وحدة العنوان إلى وحدة المقدمة فسنجد أن الجملة تشكل محور بنيتها الدلالية إلى الحد الذى يمكن أن تتكون فقرة المقدمة معه من جملة واحدة كما سبق وأشرنا وقد تتكون الفقرة من مجموعة من الجمل التى تشكل فيما بينها بناء متماسكا ومترابطا " وفى هذه الحالة عادة ماتبدأ الفقرة بجملة رئيسية تحمل الفكرة الأساسية بداخلها Topic Sentence، وتحدد هذه الجملة إتجاه وحدود الفكرة داخل الفقرة ويليها بعد ذلك عدد من الجمل التى تنمى هذه الفكرة، وليس من الضرورى أن تنبثق الجمل التالية للجملة الرئيسية من الأخيرة، ولكن يمكن أن تكون متصلة بها فقط"(٢٦) .

وتعد الجمل الرئيسية داخل الفقرات عموما سواء كانت فقرات مقدمة أو فقرات متن المجال الرئيسى للتحليل الدلالى، والتى يمكن خلالها تكوين الحقول الدلالية على مستوى التركيب، وذلك فى ضوء نفس المعيار الموضوعى الذى يتم تقسيم الكلمات على أساسه إلى مجموعة من الحقول الدلالية طبقا لما تعكسه من تصورات.

ومن خلال تحليل الجملة كتركيب طبقا للمستويات اللغوية المختلفة، يمكننا التوصل إلى مجموعة الآليات الدلالية التى يتضمنها الحقل الدلالى على مستوى التركيب ومن أبرز المستويات اللغوية التى يمكن تحليل الجملة الصحفية دلالياً على أساسها:

– **نوع الجملة** : إسمية أو فعلية الجملة .

– **درجة التركيب الفكرى للجملة** : بسيطة – مركبة – معقدة " وتحتوى الجملة البسيطة على فكرة واحدة أو حدث واحد ، فى حين تحتوى الجملة المعقدة على فكرة رئيسية Main Idea بالإضافة إلى فكرة تابعة مساندة Subordinate للفكرة الرئيسية ، بينما تربط الجملة

المركبة على الأقل بين فكرتين أو حدثين على قدر متساو من الأهمية ، يمكـــن أن تشكل كـــل منهما جملـــة مستقلة " (٢٧) .

– درجة خبرية أو إنشائية الجملة ويطلق على الآخيرة مصطلح الجمل الشخصية " استفهامية – تعجبية – مقتبسة " (٢٨) .

ومن خلال إنشاء وتحليل شبكات الحقول الدلالية للكلمات والجمل الخاصة بتصور معين أو شخصية أو جهة معينة التى تتناولها الصحف، يمكن لنا أن نكشف المعنى الكامن داخل النص والذى لاتظهر على سطوره، ولايمكن إكتشافه من مجرد تحليل المضمون الظاهر له. كما يمكننا أيضا تحديد مجموعة الآليات الدلالية التى تستخدم على مستوى اللغة لإنتاج هذا المعنى من خلال تحليل المفردات والتراكيب التى يتضمنها الحقل طبقا للمستويات اللغوية المشار أليها سابقا.

ويتم تحليل علاقات الحضور والغياب داخل النص من خلال تحليل مجموعة العلاقات المختلفة بين المفردات والتراكيب التى يتضمنها الحقل والتى تتمثل فى :

– علاقات الترادف (والتى ترصد علاقات التناص الدلالى بين آليات انتاج الدلالة داخل الحقول الدلالية محل التحليل).

– علاقات الجزء بالكل (أو علاقة الثانوى من أليات أنتاج الدلاله داخل الحقل الدلالى بالأساسى منها) .

– علاقات التناقض (والتى ترصد علاقات التضارب بين آليات انتاج الدلالة داخل الحقول الدلالية محل التحليل) .

ويهدف هذا المستوى من التحليل إلى كشف علاقات الإتفاق والإختلاف بين آليات انتاج الدلالة داخل الحقول الدلالية، بما يكشف عن درجة الإتساق أو الاضطراب فى التعبير الدلالى عن المفهوم الذى نحلل دلالته داخل النص الصحفى . ومن خلال ربط الظواهر الدلالية وما تكشف عنه من معان كامنة داخل النص بالسياقات المختلفة التى تتسق مع مشكلة البحث وأهدافه يتم طرح الرؤى التفسيرية الخاصة بذلك.

الهوامش

1- Neal , M . James & Brown , S.Suzanne , News Writing And Reporting (Lowa State University Press , Ssurjeet Publication , 1977) P49 .

2- George, L.Bird , Modern Article Writing (U.S.A: Brown Company Pub-.lisher , 1975) P 21.

٣- فاروق أبو زيد ، فن الكتابة الصحفية (القاهرة : علم الكتب ، ١٩٨٥) ص ١٩٣ .

٤- آثار عدد " روز اليوسف " ٣٤٢٣ الصادر فى ١٧ يناير ١٩٩٤ ردود فعل متباينة بعد إن جعلته المؤسسة عددا خاصا ، نشرت فيه ددا من النصوص الممنوعة ، والتى يعكس عدم نشرها ضغط السلطات الثلاث المشار إليها.. وتصدر غلاف العدد عنوان " لأول مرة فى تاريخ الصحافة : نحن ننشر النصوص المنوعة " وقد تضمن ملف العدد هذا ما يلى :

- قصيدة للشاعر نزار قبانى بعنوان : أبو جهل يشترى فليت ستريت .
- نص ليوسف إدريس بعنوان مسرحية السادات فى حرب أكتوبر .
- نص للدكتور فرج فودة بعنوان : حول العلمانية سيئة السمعة .
- مقتطفات من رواية الأديب نجيب محفوظ " أولاد حارتنا "
- مقتطفات من كتاب ألف ليلة وليلة بنوان الليالى الحمراء فى ألف ليلة وليلة .
- مقتطف من كتاب الدكتور طه حسين " فى الشعر الجاهلى "
- نص للدكتور صادق جلال العظم بعنوان : براءة إبليس ، نقد الفكر الدينى .
- مقتطف من رواية الكاتب سلمان رشدى " أيات شيطانية " .
- قصيدتان للشاعر : أحمد فؤاد نجم .

٥- أغتيل الدكتور فرج فودة فى يونيو ١٩٩٢ على يد أحد أعضاء الجماعات الإسلامية اختلافا منه مع آراء الدكتور فرج فودة التى كان ينشرها بالصحف وبمؤلفاته المختلفة والتى كان يرددها فى ندواته حول الدولة الدينية والدولة المدنية فى مصر .

6- Condon , C . Jhon , Semantics and Communication (New York : Macmillan Publishing Publishing Company , 1975) P 88 .

٧- قام النائب " **جلال غريب** " بتقديم استجواب لوزير الثقافة فى جلسة جلس الشعب ٢٥/ ٢/ ١٩٩٣، ومن

ضمن ماورد فى هذا الاستجواب كما نشرته جريدة الشعب فى عددها التالى: بدأت الجلسة بطلب النائب المستجوب بخروج السيدات من القاعة حرصا على مشاعرهن ؟! وقد إنفجرت القاعة فى الضحك والتصفيق، ولم يتمالك رئيس المجلس نفسه فإنخرط فى الضحك هو الآخر ، والجميع ينظر إلى الوزير الذى كان يجلس فى مقاعد الوزراء ، وبينما اعتقد النواب أن زميلهم سيتحدث فى أمور تتعلق بالسلوك الشخصى للوزير، وأنه يطلب خروج السيدات لهذا الغرض ، واصل النائب حديثا قائلا : أنا أطلب خروج السيدات لأننا فى مجتمع ترفض تقاليده مناقشة هذه الأمور أمام السيدات ، وعندما احتجت النائبات رفع صورة عارية تماما منشورة بإحدى مجلات وزارة الثقافة ، وقال هل تريدون رؤية هذه الصورة ؟ وهاجم النائب وزير الثقافة ، وقال أن التقرير الثقافى الشهرى الذى تصدره الوزارة ملىء بالتعدى على القيمة الدينية ، وحول الكتب التى تصدرها وزارة الثقافة ضمن مايعرف بكتب المواجهة قال النائب إنها تتضمن طعنا فى الأديان وتهجما على الذات الإلهية والرسل وأنهى استجوابه بضرورة إقالة وزير الثقافة .

٨ – ليلى عبد المجيد ، محمود علم الدين ، فن التحرير الصحفى : المفاهيم والأدوات (القاهرة:د.ن، ١٩٩٥) ص ٣٧ .

٩– محمود ابراهيم خليل ، التطور الأسلوبى والدلالى للغة الصحافة المصرية اليومية ، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة – كلية الإعلام) ١٩٩١، ص ٥٢٠.

10-Budd , W. Richard , and Others , Content Analysis Of Communication (New York : The Macmillan Company , 1967) P 2 .

١١ – نصر حامد أبو زيد ، إشكاليات القراءة وآليات التأويل (الهيئة العامة لقصور الثقافة : سلسلة كتابات نقدية ، أغسطس ١٩٩١) ص ٢١ .

١٢ – حسن وجيه ، تحليل وديناميكيات لغة الحوار : مقدمة نظرية، ندوة تحليل النص وديناميكيات لغة الحوار ، ٥ – ٦ يناير ١٩٩١ (مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام) ص ٢.

١٣ – أحمد مختار عمر ، علم الدلالة (الكويت : مكتبة العروبة للنشر والتوزيع ، ١٩٨٢) ص ١٢.

14-Mcquail , Denis , Mass Communication Theory : An Introduction (London: Sage Publication LTD , 1993) P 185 .

15- Condon , C John , Op.cit , P3 .

16- Culbertson , M. Hugh , Words VS.Picture : Perceived Impact and Connot--ative Meaning, Journalism Quarterly, Summer, 1974, P 226 .

17- Macquail, Denis, Op.cit, P 187.

18- Idid , P 18

19- Weedon , Chris , Tolson ,Andrew and Mort, Frank, Theory Of Language and Subjectivity: Culture, Media, Language,Working Papers in Cultural Studies,1972-1979,London: Hutchin-son & Co . P 201.

20- Mcquail , Denis , Op.cit , PP 187 - 189 .

٢١- أحمد مختار عمر ، علم الدلالة (الكويت : مكتبة دار العروبة للنشر والتوزيع، ١٩٨٢) ص ٣٢.

٢٢- محمد حسن عبد العزيز، الخواص التركيبية للجملة في اللغة العربية كما تمثلها لغة الصحافة المعاصرة، رسالة ماجيستير منشورة (جامعة القاهرة - كلية دار العلوم) ١٩٧٥ ص ١٢٨.

٢٣ - المرجع السابق ، ص ١٢٧ .

24 -Westley , Bruce , News Editing (Boston: Houghton, Mifflin Company , 1979) P 106 .

25- F. W Hodgson, Modern Newspaper Editing and Production (London: Hienemann , 1987) P 138.

26- Rivers, L.William, News Editing In The 80 S (California :Wadworth Pub-lishing Company , 1983) P . 106 .

27- R. Berner,Thomas, Language Skills For Journalists) Boston, Houghton, Mifflin , 1984) PP . 50.

28- Flesch, R.How To Test Readability (New York :Harper Brothers,1951)p.7.

الدراسات المستقبلية

" الاشكاليات والآفاق "

أ.د عواطف عبدالرحمن

الدراسات المستقبلية
"الاشكاليات والآفاق"

إن حياة البشر وتاريخ كل مجتمع عبارة عن جوهر تتداخل فى إطاره الأحداث ، وتمتد الظواهر وتتشابك وتتفاعل عبر علاقة الانسان بالزمن الذى يتميز بخاصية الاندفاع الدائم نحو مستقبل غير منظور وغير متناه يحكمه قانون أساسى هو قانون التغير أو الصيرورة ، ذلك القانون الذى يلف كل شئ فى هذا الكون بإيقاعاته المطردة وتأثيراته المستمرة . ويقضى هذا القانون بكل حسم بأن الماضى يستحيل أن يكون حاضرا أو مستقبلا وذلك خلافا للمستقبل الذى يتحول بطبيعته الى حاضر ثم ماض . ومن المعروف أن الزمن يكتسب صفة النسبية من واقع صلته بالمكان والحركة . أما فى التاريخ البشرى فإن نسبية الزمن ترجع الى صلته بالحياة المتغيرة دوما وبالانسان وقدراته الادراكية المتميزة على وجه الخصوص . فالإنسان سواء فى خصوصيته كفرد ، أو عموميته كجماعة ، قادر على تقليص الزمن وتكثيفه وتحويل مساره فى لحظات الابداع الكبرى أو الخلق أو العطاء الفذ مثل لحظات التوحد النادرة فى حياة الشعوب التى تحدث فى فترات الثورات أو الحروب الوطنية ، حيث تتحول اللحظة الزمنية وتصبح مساوية لمدى الدهر وتبدو كأنها تعادل مئات الحقب الزمنية الأخرى .

والواقع أن مسيرة الزمن متصلة لا تعرف الانقطاع غير أن اتصال مسيرة الزمن لا يعنى تكرار أحداثة ، فمن المسلم به ان التاريخ لا يكرر نفسه ولكن التغير المستمر لا يعنى انبتات الحاضر عن الماضى ، أو المستقبل عن الحاضر . فالمستقبل هو الحصيلة التراكمية للأحداث والتغيرات النابعة من المجتمع أو الوافدة عليه .

ويرجع تاريخ الاهتمام بالمستقبل إلى البدايات الأولى للتطلع البشرى إلى المعرفة الشاملة بالكون واستكناه غوامضه وأسراره وفى مقدمتها الزمن ، وذلك بهدف السيطرة على حركته والتحكم فى مساره . ويمكن تبين ذلك بوضوح فى التراث الأسطورى والدينى للبشرية حيث توجد الجذور الأولى لعلم المستقبل فى صور وأشكال متباينة . وحقيقة الأمر أن إقبال المفكرين والمؤرخين على دراسة التاريخ كان يحمل دوما الرغبة الخفية فى محاولة استشفاف المستقبل . ولم ينفرد العلماء أو الفلاسفة والمؤخون بالعمل على الاقتراب من خفايا المستقبل بهدف الكشف عن إرهاصاتها وتكوين

رؤية معينة لهذا المستقبل بل كان للشعراء والأنبياء دور خاص في هذا المضمار ، ويكفى للتدليل على ذلك أن نشير إلى شعراء الملاحم كهوميروس وجلجامش ، ومؤلفى اليوتوبيات كأفلاطون وتوماس مور ، وأنبياء العهد القديم كأرميا وأشعيا وحزقيال[1] .

ويضاف إلى ذلك رؤى الأديان للمستقبل كحقيقة حتمية يتحرك إليها (المؤمن) دون أن يملك . إمكانية تعديلها أو تحويل مسارها وليس للمؤمن سوى التسليم بها كما أنزلت . ورغم أن الفكر البشرى قد عمد منذ القدم إلى دراسة وتأمل البعدين المعروفين للزمن والمقصود بهما الماضى والحاضر ، إلا أن الاهتمام باستطلاع المستقبل لم يغب مطلقا عن ذهن قدماء الفلاسفة والمؤرخين والأنبياء . فظواهر العرافة والكهانة والتنجيم التى تميزت بها الحضارات لقديمة فى مصر وبابل واليونان والهند تدل على الاهتمام المبكر الذى أولته البشرية منذ أقدم العصور لمحاولة استطلاع المستقبل وفهم مساراته.

إلا أن المستقبل لم يسبق له أن اعتبر (علما) إلا فى العصور الحديثة ، وفى بدايات القرن العشرين على وجه التحديد حيث برز إلى الوجود شكل جديد من الجهد الانسانى يختلف اختلافا نوعيا عما سبقه من محاولات فى مجال البحث عن المستقبل . وعلى الرغم من أن لعلم المستقبل جذورا فى تراث العصور السابقة الفكرى والأدبى والعلمى والدينى فإنه أصبح يحمل سمات عامة جديدة تجعله يختلف اختلافات أساسية عن الاستطاعات السابقة للمستقبل . ومن سمات علم المستقبل اعتماده بصورة أساسية على العقل مفترنا بالخيال والعاطفة والحدس ، ومعنى ذلك أن الأرض الأساسية للتفكير المستقبلى هى أرض الوقائع والمعطيات لا أرض الأوهام والتخيلات ،. ومن سمات التفكير المستقبلى وعى المشتغلين به وعيا تاما بأهمية الزمن ، فهم يدركون أن لمشكلات اليوم جذورا فى الماضى وأن تلك المشكلات لا تنشأ بين يوم وليلة وإنما تتكون تدريجيا وبصورة لا يلحظها غالبا الانسان العادى[2] .

وهكذا نرى أن المستقبل ليس منبت الصلة بالحاضر أو بالماضى ، ولا يشكل فصلا جديدا فى كتاب التاريخ يبدأ من فراغ هو حصيلة تراكمية لما يتتابع من الأحداث وعمليات التغير النابعة من داخل المجتمع أو الوافدة عليه من الخارج ومادام المستقبل ليس قدرا محتوما فإنه لا يمكن أن يكون فى صورة فريدة غير متوقعة بل إن أمام كل مجتمع فى لحظة معينة من تاريخه احتمالات متعددة للمستقبل ، وعليه أن يحاول الكشف عنها وتبين مساراتها وتحديد معالها ، وإذا كان من

الممكن أن تتعدد صور المستقبل أمام أى مجتمع فإن ذلك يرتهن بحدود الحرية التى يحققها هذا المجتمع نفسه فى محاولة رسم صورة مستقبله بنفسه . وحين يقرر المجتمع أهدافا مستقبلية فإن صورة المستقبل لن تكون بالضرورة مطابقة لتلك الأهداف : فالارادة الجماعية على كل المستويات تحد من اطلاقها قيود بعضها طبيعى مثل حجم الموارد الطبيعة المتاحة للمجتمع ، وبعضها اجتماعى مثل البنى الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والحضارية السائدة فى ذلك المجتمع ، وبعض هذه القيود داخلى فى الأساس فى حين أن البعض الآخر وافد على المجتمع نتيجه علاقاته المتعددة بمجتمعات أخرى . كذلك هناك بعض القيود التى يتعذر تجاوزها فى المستقبل المنظور ، والبعض الآخر يمكن من خلال الدراسة التوصل إلى امكانية تجاوزه . كذلك يتوقف الأمر على صانع القرار الذى اتخذه باسم المجتمع ، والمصالح التى يمثلها ودرجة وعيه بها ، ونتائج قراره المتشابكة وأثرها فى المدى البعيد على الداخل والخارج [٣]. كل هذه الاعتبارات توضح أن الوعى بقضية المستقبل لم يعد من أمور الغيب التى ينفرد بها الكهان مثلما كان يحدث قديما فى معبد دلفى باليونان ، بل أصبح المستقبل يدرج فى عداد المباحث العلمية القابلة للتنسيق والتعليل اللذين تتصف بهما سائر العلوم لاسيما علم التاريخ الذى ينفرد بدراسة الماضى ويتميز بقواعده ومناهجه وأهدافه الواضحة المحددة ، فلماذا لا يكون لدراسة المستقبل علم له قواعده ومناهجه وأهدافه ..؟

وقد يكون من الضرورى قبل أن نعرض بشئ من التفصيل لتاريخ علم المستقبل أو الدراسات المستقبلية والأطر النظرية والمنهجية التى تنظم هذه الدراسات ، والمدارس العلمية المعاصرة وموقفها من البحوث المستقباية ثم النماذج العالمية لهذه البحوث ، يجدر بنا أن نشير إلى مجموعة العوامل الموضوعية التى ساعدت على تحقيق هذه النقلة الكيفية فى مسيرة الدراسات المستقبلية أو ما يسمى بعلم المستقبل . ويتصدر هذه العوامل جميعها ذلك الرصيد المعرفى الهائل الذى أصبح متوافر لدى الباحثين وعلى الأخص المعنيين بالدراسات المستقبلية ، وذلك كنتاج طبيعى للثورة الكمية والكيفية التى حدثت فى نطاق المعرفة العلمية فى القرن العشرين . فلو نظرنا للأمر من الزاوية الكمية المحضة لتبين لنا أن كم المعرفة البشرية يتضاعف فى الوقت الراهن خلال فترة تتراوح من ١٠ – ١٥ سنة ، وهو ماكان يستغرق فى الماضى مئات السنين ، ويتزايد هذا المعدل بصورة مستمرة إلى الحد الذى يتوقع أن يبلغ خمس سنوات فحسب عند نهاية القرن العشرين . وقد انعكس ذلك فى عدد المجالات العلمية الذى أخذ يتضاعف منذ نهاية القرن التاسع عشر ، كما انعكس أيضا فى عدد العلماء الذين يبلغون اليوم ثلاثة أرباع مجموع العلماء الذين عرفتهم البشرية منذ بدء

تاريخها[٤] . ثانى هذه العوامل يتعلق بالتغيرات الكيفية الملحوظة التى طأت على أساليب معالجة المعلومات التى تجسدت فى التطور الهائل الذى شهدته صناعة أو تكنولوجيا المعلومات متمثلا فى ذلك التلاقى بين تكنولوجيات الحاسبات الألكترونية من ناحية ، والاتصالات من ناحية أخرى ، مما ترتب عليه ازدياد الدور الذى يقوم به الكومبيوتر فى مجال البحوث والادارة وتخزين المعلومات مما لم يكن متوافرا من قبل . وهو يتميز ليس بقدرته على انجاز العلمليات الحسابية المعقدة التى يعجز عنها الانسان فحسب ، وإنما يتميز فوق ذلك بقدرته على تخزين هذه المعلومات واستعادتها فى وقت قصير واستخلاص النتائج المنطقية المعقدة الناتجة عن تفاعل العوامل والمتغيرات المختلفة سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو بيئية أو تكنولوجية ، مما يفرق بكثير قدرة الانسان على أدائها وإنجازها بنفس الكفاءة والسرعة .

أما العامل الثالث : فهو يتعلق ببروز علم رياضى جديد هو علم تحليل النظم ، وهو فرع من فروع الرياضيات ظهرت بداياته الأولى خلال الحرب العالمية الثانية ، وإن كان قد أحرز تقدما ملموسا خصوصا بعد استخدام الكومبيوتر الذى أسهم فى تطور هذا العلم ، وشجع على استخدامه فى مجال العلوم الاجتماعية وخصوصا فروع الاقتصاد والسياسية والادارة . وقد أسهم ذلك فى دفع الدراسات المستقبلية خطوات كبيرة الى الأمام خصوصا على المستوى النظرى والمنهجى . ففى حين اعتمد الباحثون فى الماضى على نظريات كنظرية التطور والدورات التاريخية فى معالجاتهم لقضايا المستقبل ، مما أسفر عن الخروج بتعميمات شبه فضفاضة يعوزها الرصد العلمى الدقيق للجزئيات ، فإن هذا التطور النوعى الذى طرأ على البنيان النظرى والمنهجى للمعرفة العلمية متمثلا فى ظهور علم تحليل النظم ، قد أتاح للعلماء والدارسين فى مجال المستقبليات إمكانية الاستفادة الكاملة بكل ما يتيحه هذا العلم من الاستعانة بأحدث أساليب التحليل الاحصائى للجزئيات فى إطار تكاملى مترابط[٥] .

***

البدايات والتطور:

تختلف الآراء حول تحديد البداية العلمية لدراسات المستقبلية . إذ يرى البعض أنها ترجع الى نهاية القرن الخامس عشر الذى شهد ظهور كتاب توماس مور المعروف باسم اليوتوبيا الذى يطرح فيه تصورا مستقبليا للمجتمع المثالى الذى يخلو من كافة أشكال الاضطهاد والظلم والأنانية . ثم تلاه فى نهاية القرن السادس عشر حتى الربع الأول من القرن السابع عشر كتاب الفيلسوف

الانجليزى الشهير فرانسيس بيكون المعروف باسم (أطلنطا الجديدة) وهو يطرح رؤية مستقبلية للعالم من خلال تصوره لمجتمع جديد يعتمد على العلم كوسيلة أساسية لتغيير العالم والسيطرة على الطبيعة وتحقيق مستويات حياتية أفضل للبشرية (٦).

هذا ، بينما يعزو البعض الآخر أول محاولة لاستطلاع مستقبل الجنس البشرى على أسس علمية الى القرن التاسع عشر الذى شهد النبوءة الذائعة الصيت الخاصة بالسكان للاقتصادى الانجليزى توماس مالتوس (١٧٦٦ – ١٨٤٣) ، الذى عرض فى دراسته الشهيرة عن (نمو السكان) رؤية مستقبلية تتسم بالتشاؤم لحل التناقض الاجتماعى الناتج عن الثورة الصناعية ، الذى تمثل فى تزايد أعداد الفقراء وتصاعد احتمالات الصراع الطبقى فى ظل سيطرة الطبقة الرأسمالية فى المجتمع البريطانى آنذاك . وتوقع مالتوس أن يتم التغلب على هذا التنافس من خلال الأوبئة والمجاعات والحروب التى تتولى تصفية الفقراء ، وايقاف تزايدهم الذى يهدد مصالح الفئات التى تتحكم فى مصادر الانتاج والثروة والنفوذ السياسى . ولكن ان تتحقق توقعات مالتوس وتم حل هذا التناقض عن طريق آخر هو الاستعمار ، إذ بدأت بريطانيا تتوسع فى انتزاع مناطق شاسعة من شاسعة من قارتى آسيا وأفريقا . وقد ترتب على استغلال الموارد الطبيعة والبشرية لهذه المستعمرات تحسنا ملحوظا فى أحوال الطبقة العاملة خصوصا فقراءها فى بريطانيا ، مما ساعد على حل الصراع بصورة سلمية على حساب شعوب المستعمرات فى العالم الثالث . والواقع أن مالتوس قد طرح توقعاته التى لم تتحقق فى حدود ما أتيح له من معلومات فى إطار عصره :

ومن أبرز إضافات التاسع عشر لعلم المستقبل ظهور الروائى جول فيرن (١٨٢٨ – ١٩٠٣) الذى استطاع فى كثير من أعماله الروائية ان ينفذ ببصيرة حادة الى مجاهل المستقبل ، ويطرح العديد من التوقعات المثيرة للعقل والوجدان التى تضمنتها مؤلفاته وأشهرها (حول العالم فى ثمانين يوما) ، (عشرون فرسخا تحت سطح الماء) (٧)

وهناك إجماع بين مؤرخى علم المستقبل على أن الكاتب البريطانى هـ . ج . ويلز (١٨٦٦ – ١٩٤٦) قد قدم إضافات بارزة فى تأصيل الاهتمام العلمى بالدراسات المستقبلية ، وذلك من خلال العديد من دراساته ذات الطابع المستقبلى مثل التوقعات (١٩٠١) ، واليوتوبيا الجديدة (١٩٠٥) ، وشكل الأشياء المستقبلية (١٩٣٣) ، وجميعها تدور حول استكشاف حياة وهموم الأجيال المقبلة .

ويمجئ هـ . ج ويلز واسهاماته السابقة تكتمل سلسة المفكرين والعماء البريطانيين المستقبليين الذين أولوا اهتماما مبكرا للدراسات المستقبلية منذ نهاية القرن السادس عشر على يد الفيلسوف والعالم فرنسيس بيكون ، ثم الاقتصادى توماس مالتوس فى بداية القرن التاسع عشر ، وأخيرا هـ .ج. ويلز الذى جسد روح التشاؤم التى طغت على أوربا فى أعقاب الحرب العالمية الأولى ، وتصاعدت بفعل الأزمات الاقتصادية والسياسية خلال العشرينيات والثلاثينيات ، وانتهت بالحرب العالمية الثانية ، مما كان له أسوأ الأثر على رؤية هـ .ج . ويلز لمستقبل البشرية ، وقد انعكس ذلك فى كتابيه : (مختصر التاريخ) و (معالم تاريخ الانسانية) إذ أعرب عن قناعته بأن البشرية قد خسرت السباق بين الكارثة والتعليم ، فقد ربحت الكارثة السباق بصورة نهائية (٨) .

وبقدر ما أسهمت المحاولات السابقة فى تشكيل الرصيد المعرفى للدراسات المستقبلية فى إطار يتميز بالطابع العلمى ، فإن الدراسات المستقبلية لم تكتسب معناها الاصطلاحى علميا إلا فى أوائل القرن العشرين على يد عالم الاجتماع س . كولم جيلفان الذى اقترح عام ١٩٠٧ اطلاق اسم (ميلونتولوجى) على حقل الدراسات المستقبلية ، وهى كلمة ذات أصل يونانى معناها أحداث المستقبل لكنها تحظ بالانتشار أو القبول فى الأوساط العلمية ، ولذلك طواها النسيان . إلا أن المؤلف الألمانى أو سيب فلنختهايم (وهو من أصل روسى وقد تعرض للاعتقال والتعذيب على يَدَىْ النازى عام ١٩٣٥ ، ثم تمكن من الهجرة إلى الولايات المتحدة) قد توصل إلى اصطلاح بديل (Futurology) وهو الاسم الشائع لهذا المجال باللغة الانجليزية . أما الاصطلاح الفرنسى لعلم المستقبل فهو (Prospective) الذى ابتكره جاستون برجبه عالم المستقبليات الفرنسى . وقد شهدت الأربعينيات إقبالا ملحوظا على الدراسات المستقبلية خصوصا فى الدول الصناعة المتقدمة . وقد تمثل هذا الاقبال فى ازدياد عدد العلماء المشتغلين بالدراسات المستقبلية من جانب ، وفى إنشاء العديد من مراكز البحوث المستقبلية ثم فى صدور الكثير من المؤلفات المنتمية إلى هذا الميدان من جانب آخر . ومن أبرز هذه المؤلفات كتاب هيرمان كاهان (عام ٢٠٠٠) ، وكتاب شارلز داروين (المليون سنة التالية) ، وكتاب جورج سول (صورة الغد) (٩) .

ومن الجديد بالذكر أن الدراسات المستقبلية بدأت تحظى بالاهتمام والانتشار وتتجه بعيدا عن الجزئية فى تصورها للمستقبل مع بدء الستينيات ، حيث شهدت هذه الحقبة ظهور العديد من

الدراسات المستقبلية فى الدول الغربية - كما أبدت أجهزة التخطيط فى الدول الاشتراكية اهتماما ملحوظا بهذه الدراسات من خلال الحرص على توفير قاعدة أعرض للمعلومات وخلفية أطول فى النشاط التخطيطى .

وقد توالت بعد ذلك موجات متتابعة من الأعمال المتخصصة فى ميدان الدراسات المستقبلية ، وظهرت أجيال جديدة فى مختلف التخصصات مثل التعليم والمواصلات والطاقة الى جانب المتخصصين فى الدراسات المستقبلية المتصلة بالاستراتيجية العسكرية .

وشهدت هذه الفترة ظهور سلسلة الفين توفلو عن المستقبليات التى بدأت بكتاب (صدمة المستقبل) ، (فالتعليم من أجل المستقبل) ، وأعقبها (الرجال المستقبليون) ثم (الوجه الثالث) (١٠).

ومع مرور الوقت أصبح استشراف المستقبل همّاً يشغل بال المنظمات الدولية والمعاهد العلمية والشركات المتعددة الجنسية علاوة على الحكومات منفردة أو بصورة جماعية . وقد تميزت الدراسات المستقبلية خلال حقبتى الستينيات والسبعينيات بثلاث سمات رئيسية :

أولها : الاعتماد على الجهد الجماعى وما يسمى بفرق البحث المتكاملة التى تمويل حكومى أو دولى أو مؤسسات رأسمالية محلية أو عابرة القومية .

ثانيا : عالمية هذه الدراسات وظهور ما يسمى بالنماذج العالمية فى بحوث المستقبل . وقد تولى العالمان الأمريكيان فورستر وميدوز مهمة بناء أول نموذج عالمى فى هذا الصدد ثم نشرا تقريرهما النهائى عام ١٩٧٢ تحت عنوان (حدود النمو) ، وقد تم ذلك فى إطار النشاط الذى يقوم به نادى روما فى حقل الدراسات المستقبلية .

ومما تجدر الاشارة اليه أن نشاط النماذج الدولية قد ازداد كثافة فى تلك الفترة عقب ظهور العديد من الأعمال الفكرية من العالم الثالث حول التنمية البديلة ، وضرورة الاعتماد على الذات بالنسبة للدول النامية ، وبروز تكتلات دولية جديدة للدول النامية مثل مجموعة السبعة والسبعين التى بدأت تطرح مطالب شعوب العالم الثالث فى ضرورة تعديل الخلل القائم فى العلاقات الاقتصادية بين الشمال والجنوب ، وهنا نلحظ أن هدف المشرفين على هذه النماذج العالمية لم يعد مقصورا على مجرد التأثير فى الرأى العام بل تجاوز ذلك الى العمل على صياغة سياسات المستقبل على المستوى العالمى من خلال تقديم نماذج اتساق كلية للعالم وظواهره الاقتصادية والاجتماعية .

كما ظهرت بعض الدراسات المستقبلية فى المجال الاستراتيجى واتخذت طابعا عالميا رغم صدورها من هيئات محلية مثال بعض الدراسات الأمريكية عن (مستقبل الطاقة فى العالم العربى)، والدراسات الاسرائيلية عن (مستقبل اقتصاديات الشرق الأوسط) ، ودراسات فرنسية عن (مستقبل الذاتية الثقافية فى العالم المعاصر) (١١) .

ثالثا : الاهتمام بتأصيل الأسس المنهجية للدراسات المستقبلية من خلال توظيف التراث المنهجى للمعرفة العلمية فى شتى ميادينها الطبيعية والانسانية والاجتماعية والرياضية ، والاستعانة بالمنهج التكاملى والأدوات البحثية التى تكفل أكبر قدر من الموضوعية والدقة فى تحديد أطر ومستويات التحليل فى البحوث المستقبلية ، وقد شهدت السبعينيات بالتحديد طفرة فى هذا المجال تمثلت فى عقد العديد من المؤتمرات الدولية ، كما برزت فى الاهتمام بإقامة العديد من المراكز والهيئات العلمية المتخصصة فى الدراسات المستقبلية ، مثال : الاتحاد الدولى للدراسات المستقبلية فى روما ، ومعهد علوم المستقبل (نيويورك) ، والجمعية العالمية لدراسة المستقبل (واشنطن) ، ومركز الدراسات المستقبلية (باريس) .

وقد بلغ عدد الموسسات المهتمة بالدراسات المستقبلية فى الولايات المتحدة فقط ستمائة موسسة فى عام ١٩٦٧ ، كما انفردت السويد فى عام ١٩٧٣ بإنشاء وزارة للمستقبل تابعة لرئاسة الوزراء . كذلك بدأت الدراسات المستقبلية تقتحم المناهج الدراسية المتخصصة فى المدارس والجامعات إذ أصبحت تدرس فى العديد من المعاهد والمدارس الأمريكية (*) .

الإطار النظرى والمنهجى للدراسات المستقبلية

إشكالية المفاهيم والمصطلحات:

تتباين المفاهيم والمسميات التى ترتبط بالدراسات المستقبلية ، ويرجع ذلك فى الأساس الى طبيعة علم المستقبل الذى ينتمى الى دائرة العلوم الاجتماعية حيث يندر الاتفاق على المفاهيم والمصطلحات . فمن الملاحظ أن أوسيب فلتحايهم يميل الى اعتبار علم المستقبل فرعا من علم الاجتماع ، وشبيها بعلم الاجتماع التاريخى ، وذلك رغم الاختلاف الأساسى بينهما الذى يتمثل فى تركيز علم الاجتماع التاريخى على أحداث الماضى ، فى حين أن علم المستقبل يستشرف أحداث الزمن الاتى مستهدفا تحديد مدى احتمال وقوعها (١٢) .

وبهذا يتحدد موقع علم المستقبل خارج دائرة العلوم البحتة كالرياضيات التى ينتظر منها أن توصلنا الى نتائج يقينية . فهو فى الواقع يتناول الأحداث التى لم تقع بعد ، ويشير إلى الفترات الزمنية التى لم تحل بعد ، وعندما تحل سوف تصبح حاضرا ، ولذلك يختلف علم المستقبل اختلاف جذريا عن علم التاريخ الذى يترك لنا شواهد عليه ، أما المستقبل فهو لا يوجد إلا فى الذهن والخيال والخطط التى ترسمها له ، وأن كان هناك إرهاصات له فهى مؤكدة.

ومع تعقد مجمل النسق السياسى الاجتماعى الاقتصادى وزيادة عدم اليقين المستقبلى ، تبرز مجموعة من الاختلافات تتعلق بالمصطلحات والمفاهيم التى يدور حولها علم المستقبل مثل التخطيط طويل المدى - النبوآت - الاسقاط - الاستشراف . فالمقصود بالتخطيط هو التدخل الواعى لاعادة صياغة الهياكل الاقتصادية والاجتماعية من خلال مجموعة من السياسات المتكاملة والمتاحة لسلطة مركزية تملك امكانيات التطبيق الفعلى من متابعة وادارة وتنفيذ . ولذلك فإن التخطيط طويل المدى لا يوجد إلا فى النظم أو الدول الاشتراكية التى تمارس قدرا من الاشراف المركزى على الحياة الاقتصادية ، يسمح لها برسم السياسات والبرامج ذات التخطيط الطويل أو المتوسط المدى (١٣) .

أما النبوءات فهى تستند الى الفكرة القائلة بأن المستقبل أمر محدد مسبقا والمطلوب هو

الكشف عنه فقط ، وهنا نلحظ أن النبوءات أقرب الى مجال الممارسات الفردية منها إلى مجال التجمعات البشرية الكبرى مثل الدولة أو مجموعة الدول . ويفضل البعض استخدام مفهوم التنبؤ للاشارة الى المحاولات الأكثر واقعية والتى تهتم برسم صورة تفصيلية للمستقبل مع عدم إغفال التشابكات المختلفة وردود الأفعال داخل النسق الكلى الذى يخضع للدراسة المستقبلية [١٤] .

وبالنسبة لمفهوم الاسقاط Projection فهو يستخدم للاشارة إلى الدراسات التى تركز على المدى الزمنى القصير لاستخلاص الاتجاهات العامة والعلاقات الكمية المستقاة من متابعة ماضى الظاهرة المدروسة .

أما استشراف المستقبل فهو يعنى أنه اجتهاد علمى منظم يرمى الى صوغ مجموعة من (التنبؤات المشروطة) التى تشمل المعالم الرئيسية لمجتمع ما أو مجموعة من المجتمعات وعبر فترة زمنية لا تزيد عن عشرين عاما . واستشراف أبعاد المستقبل أمر لا علاقة له بالرجم أو التكهن فهو يعتمد على أساليب الاستشراف العلمى التى تقوم على فهم للماضى والحاضر والعوامل المختلفة التى أدت إليها . ولذلك فإن الاستشراف العلمى لأبعاد المستقبل يتوقف على كم ونوع المعرفة العلمية المتوافرة عن الواقع .

وفى ضوء المعلومات المتاحة يمكن استكشاف نوعية وحجم التغيرات الأساسية المحتمل أو الواجب حدوثها فى مجتمع ما كى يتشكل مستقبله بصورة معينة[١٥] ومن المصطلحات الشائعة اصطلاح Futurology الذى انتشر فى الدول الغربية وفى معظم الكتابات المستقبلية فى العالم الثالث . وقد ارتبط تاريخيا بالتبشير بمستقبل التكنولوچيا وتأثيرها الحاسم فى تحديد صورة المستقبل بالنسبة للعالم ككل . وهو يعنى التبشير الجزئى ببعض جوانب المستقبل . أما اصطلاح Prognosis ، فقد ذاع استخدامه فى الدول الاشتراكية التى تعتمد على التخطيط المركزى المقصود به توفير خلفية عريضة للمعلومات المستقبلية اللازمة للتخطيط الطويل المدى[١٦] .

إشكالية المنهج فى الدراسات المستقبلية

من الملاحظ ان الاهتمام الواسع الذى حظيت به الدراسات المستقبلية فى السنوات الأخيرة لم يواكبه اهتمام مماثل على المستوى المنهجي والنظرى ، إذ م يحصل هذا الجانب إلا عليقدر ضئيل من اهتمام الباحثين والعلماء قياسا إلى الجهد والاهتمام الذى حظيت به الدراسات المستقبلية ذاتها . وقد يرجع ذلك إلى ان الدراسات المستقبلية لم تزل بعد مسعى علميا حديث العهد ، فلم

تستكمل بعد أطرها النظرية والمنهجية ، كذلك لم تزل منهجيتها وأدواتها البحثية موضع جدل وخلاف بين شتى المدارس والتيارات العلمية وخصوصا فى إطار العلوم الاجتماعية . غير أن غياب أو ندرة هذا النوع من الدراسات لمناهج استشراف المستقبل لا يعنى استحالة رصد أبرز السمات التى تميزت بها المعالجات المنهجية للقضايا المستقبلية سواء تلك التى اتسمت بالطابع الجزئى أو التى اتخذت سمة النماذج الكلية ، والواقع أن اختلاف المعالجات المنهجية للبحوث المستقبلية قد حكمته مجموعة من المحددات والعوامل نوجزها على النحو التالى :

١ – مجال الدراسة المستقبلية .

٢ – التراكم المعرفى فى مجال التخصص أو الفرع الذى أخضع للدراسة .

٣ – البعد الزمنى للدراسة .

٤ – الاطار النظرى للدراسة .

٥ – الانتماء القومي والأيديولوچى للباحث .

أولا : مجال الدراسة المستقبلية :

تبرز الشروط التى تتوافر فى الدراسات المستقبلية على النحو التالى:

أ – مضمون محدد .

ب – منهج واضح المعالم .

جـ – قوانين واحكام كلية قادرة على تفسير جزئيات الظاهرة المدروسة .

وفيما يتعلق بالمضمون أو ما يمكن ان نطلق عليه مجالات الدراسة ، فمن الملاحظ أن الدراسات المستقبلية تركز على دراسة الواقع الراهن وكيفية نشوئه وتطوره التاريخى ، وتركز بصفة خاصة على دراسة البنى والأنساق الفرعية والعلاقات والعمليات التى يتم خلالها التغير والتطور فى إطار النسق الكلى للمجتمع . وإذا كان تاريخ الدراسات المستقبلية يدلنا على أن الظواهر الطبيعية كانت تمثل المجال الشائع والميسور لهذه الدراسات بحكم ما تتسم به هذه الظواهر من ثبات نسبى فى اطراد علاقاتها الداخلية ، ووضوح القوانين العامة التى تتحكم فى حركتها وصيرورتها . غير ان الظواهر الانسانية والاجتماعية قد شغلت ولم تزل تشغل الجانب الأهم فى الدراسات المستقبلية . وهنا تبرز قضايا السكان والموارد البشرية والموارد الاقتصادية وقضايا

الانتاج والتنمية وتطوير المجتمع والتقدم التكنولوجي كاهتمامات أساسية على خريطة الدراسات المستقبلية . وفى داخل هذا الاطار ينصب الاهتمام بصورة أكثر بروزا على الجوانب الاقتصادية ثم التكنولوجية بينما لا تحظى الجوانب الثقافية والاجتماعية مثل الصحة والتعليم والقانون والاعلام والفن والقيم إلا باهتمام ثانوى ، ونظرا لما تتسم به الظواهر الاجتماعية من تعقد وتشابك مما يستلزم لدراستها استخدام مناهج وأدوات بحثية تتميز بالتداخل والتركيب فضلا عن ضرورة توافر قاعدة عريضة من المعلومات المتطورة . لذلك يمكن القول بأن مجالات الدراسة فى كل من علم النفس والاجتماع والسياسة والاعلام وسائر الميادين الثقافية والأيديولوجية لم تنل بهد ما تستحقه من جهود الباحثين المستقبليين ، وإن كانت النظرة الكلية التى يتبناها الكثير من هؤلاء الباحثين قد ألزمتهم بضرورة التناول الشامل للقضايا الجزئية التى يتم إخضاعها للدراسة المستقبلية . هذا وترتبط القدرة على تصور بدائل المستقبل بمدى فهم هؤلاء الباحثين للنسق الاجتماعى - الاقتصادى الحضارى بمكوناته الرئيسة من بنى وأنساق فرعية وعلاقات ، ومعرفة الكيفية التى تتفاعل بها الأحداث فى إطار النسق الكلى (١٧) ، هذا ، وقد لوحظ أن معظم الدراسات المستقبلية تنحصر فى محاولة فهم واستكشاف الظروف المحيطة بالانسان بهدف السيطرة عليها وتوجيهها لصالحه ، ولا تعنى كثيرا بدراسة طبائعه وسلوكياته أو أفكاره وقيمه .

ثانيا : التراكم المعرفى فى مجال التخصص :

إذا كان الحاضر قد انبثق من الماضى فإن المستقبل يتحدد بصورة أو بأخرى بالواقع الراهن وينبعث منه . كذلك تتحدد الاختيارات المتاحة للانسان طبقا للظروف الموضوعية التى تحيط به ، والتى يتكون منها المجتمع ورصيد المعرفة العلمية المتوافرة عن القوانين التى تتحكم فى الظواهر الانسانية والاجتماعية تاريخيا وآنيا ، والكيفية التى تعمل بها وإمكان توظيفها لخدمة الانسان . ولا شك أن كافة هذه العوامل عرضة للتغير والتطور سواء تم ذلك بصورة تدريجية أو اتخذ شكلا جذريا أو ثوريا . ومن هنا فإن الدراسات المستقبلية التى تتم على أساس مستوى المعارف المتاحة لابد أن تكون هى نفسها عرضة دائمة للتغير فى ضوء ما يتراكم لدينا من معرفة بالواقع ، وعلى ذلك فإن هذه الدراسات لابد من أن تصبح عملية مستمرة تستفيد من هذا التراكم المعرفى كى تطرح رؤى مستقبلية جديدة فى ضوء ما يستجد من أحداث واتجاهات . ويقدر أهمية

توافر هذا الشرط بالنسبة للدراسات المستقبلية ونعنى به شرط التراكم المعرفى فى مجال الظاهرة أو الظواهر التى يتم إخضاعها للدراسة ، فإن هذا التراكم يجب أن يشمل الاتجاهين الرأسى والأفقى ، والمقصود به اتجاه التعمق فى بحث الظواهر نفسها واتجاه التوسع والامتداد إلى بحث ظواهر جديدة ، ويتفاوت التراكم المعرفى من ظواهر إلى اخرى . ذلك أن العلم قد بدأ بنطاق محدود من الظواهر هى وحدها التى يعتقد أنها خاضعة لقواعد البحث العلمى ، على حين أن ميادين كثيرة كانت تعد أعقد أو أقدس من أن يتناولها العلم مثال علم الاجتماع وعلم النفس وعلوم الاعلام [١٨]. وقد ترتب على ذلك وجود قدر ملحوظ من التباين فى التراكم المعرفى المتوافر لدى كل فرع من هذه الفروع قياسا إلى سائر فروع المعرفة العلمية مثل الاقتصاد والعلوم العسكرية والتكنولوچيا .. الخ . ولا شك أن لهذا التباين فى نوع وكم التراكم المعرفى فى المجالات السالفة الذكر آثاره الحاسمة فى تحديد اتجاه الدراسات االمستقبلية وحدودها وآفاقها علاوة على مناهجها وأساليبها البحثة .

ثالثا : البعد الزمنى للدراسة المستقبلية :

لعل أبرز ما يميز الدراسات المستقبلية وعى المشتغلين بها وعيا تاما بأهمية البعد الزمنى للظواهر التى يتصدون لدراستها ، فهم يدركون أنها لم تتشكل دفعة واحدة بل مرت بمراحل عديدة من النشأة فالتطور ثم النضج والاكتمال ، وأنه مهما كانت الصورة الآنية التى تبدو بها هذه الظواهر فلابد أنها تنتمى إلى جذور ماضية . وإذا كان تحديد العمر الزمنى للظاهرة المدروسة يعد من الشروط الجوهرية لأى دراسة علمية تتناول تاريخ الظاهرة أو أوضاعها الحالية ، فإن هذا الشرط بالنسبة للدراسات المستقبلية يعد شرطا مشداد حيث ينظر إلى عنصر الزمن كبعد قائم بذاته . فالدراسات المستقبلية سواء كانت استكشافيُة أو معيارية أو مختلطة تحرص على تحديد مدى زمنى لتنبؤاتها [١٩] .

ومن أبرز السمات المنهجية التى تتميز بها الدراسات المستقبلية تعدد الآماد الزمنية موضع الرصد واختلاف المعالجات الخاصة بما يسمى المستقبل القريب عن تلك المعالجات الخاصة بما يفيد مستقبلا متوسطا أو بعيدا ، ويختلف المدى الزمنى لمراحل المستقبل طبقا لاختلاف الظواهر وتباينها سواء كانت ظواهر طبيعية أو انسانية أو اجتماعية . فما قد يعتبر مستقبلا منظورا بالنسبة لحالة المناخ أو الصحة لا يعتبر كذلك بالنسبة للتعليم أو القيم أو الفن . ويؤثر المدى الزمنى للتنبؤ بمستقبل الظاهرة المدروسة على الاطار المنهجى والاجرائى للدراسة المستقبلية .

وتتفاوت تصنيقات المدى الزمنى للدراسات المستقبلية من مدرسة إلى أخرى ، وإن كان هناك شبه اتفاق بين أغلب الباحثين فى هذا الميدان على عدم الاكتراث بما سوف يجرى فى المستقبل غير المنظور أى الذى يمتد أبعد من خمسين عاما أو أكثر .

ويعد (تصنيف مينسوتا) الذى قام بوضعه مجموعة العلماء المنتمين لجمعية المستقبليات الدولية بولاية مينسوتا الأمريكية من أشهر التصنيفات التى تهتدى بها مختلف المدارس فى الدرسات المستقبلية سواء هؤلاء الذين ينحون منحى استطلاعيا أو أولئك الذين يلتزمون بالنمط الاستهدافى أو المعيارى أو الذين يمزجون بين النمطين [٢٠] .

وتتحدد ملامح تصنيف مينسوتا فى ضوء تقسيم المستقبل الى خمس فترات يمكن تفصيلها على النحو التالى[٢١] :

١ - المستقبل المباشر ويتمتد من عام إلى عامين اللحظة الراهنة .

٢ - المستقبل القريب ويتمد من عام إلى خمسة أعوام .

٣ - المستقبل المتوسط ويتمد من خمسة أعوام إلى عشرين عاما .

٤ - المستقبل البعيد ويتمد من عشرين عاما من الآن إلى خمسين عاما .

٥ - المستقبل غير المنظور ويتمد من الآن إلى ما بعد خمسين عاما أو أكثر .

رابعا: الاطار النظرى للدراسة:

يحتم العرف البحثى ضرورة التزام الباحث بتوضيح الاطار المنهجى والاجرائى سواء من ناحية المناهج المستخدمة أو أساليب جمع البيانات وتحليلها وسائر الخطوات التى اتبعها الباحث من أجل التوصل إلى تحديد الصورة المستقبلية للظاهرة المدروسة . وهذا يستلزم فى نظر الكثير من علماء المناهج أن يبدأ الباحث بتحديد الاطار النظرى للدراسة المستقبلية موضحا شتى المتغيرات التى سيقوم بالتركيز عليها ، فقد يكون التركيز على الابعاد الدينامية للظاهرة التى يفيد فيها التحليل الكيفى كما يتطلب ذلك اطار المادية التاريخية الجدليه ، وقد يكون التركيز على الأبعاد الكمية القابلة للعزل والتجزئة اذا كانت الدراسة تتم فى ضوء البنائية الوظيفية التى تهتم بالثبات والتوازن [٢٢] .

كذلك على الباحث أن يضع فى اعتباره المتغيرات العشوائية أو ما يسمى العوامل غير المنظورة آنيا ، هذا بجانب اهتمامه بالمتغيرات المحددة . وكلما اتضحت ملامح الاطار النظرى

للدراسة المستقبلية ساعد ذلك على استيعاب قدرا أكبر من المتغيرات ذات الطبيعة الاحتمالية أو غير المنظورة آنيا ، كذلك لابد أن يتضمن الاطار النظرى للدراسة المستقبلية تمييزا واضحا بين المتغيرات العضوية التى تتشكل منها بنية الظاهرة ذاتها ، والتى تتعرض لشتى أشكال التفاعل بحكم خضوعها لقانون الصيرورة والتغير ، وبين المتغيرات الأخرى المصنوعة بفعل إرادة خارجية أى خارج الظاهرة ، أى بفعل خطط مرسومة أو سياسات منهجية (٢٣) .

خامساً: الانتماء القومى والأيديولوجى للباحث:

بقدر تعدد وتنوع الفروع العلمية التى تعتبر أرضا مشتركة للدراسات المستقبلية ، فإن هناك تنوعا مماثلا فى اتجاهات الباحثين المستقبليين وانتماءاتهم القومية والأيديولوچية ، مما يلقى بظلاله وانعكاساته على الدراسات المستقبلية بصورة مباشرة .

ولا شك ان الانتماء الأيديولوچى للباحث فى إطار التخصص الواحد أو انتماؤه إلى دولة متقدمة صناعيا أو دولة نامية يلعب دورا لا يمكن إغفاله فى تحديد مدخله فى الدراسة المستقبلية التى يقوم بإجرائها – سوف نلاحظ أن الاختلافات الأيديولوچية والانتماءات القومية لكل من الباحثين الفرنسيين والأمريكيين والسوفيت قد أسهمت فى تشكيل الملامح العامة والفروق الجذرية بين كل من المدرسة الفرنسية والأمريكية والسوفيتية فى مجال الدراسات المستقبلية . وقد برز هذا الاختلاف فى كافة الجوانب بدءا بالأولويات ومجالات الدراسة والمناهج والأساليب البحثية وأنماط البحوث المستقبلية التى تميزت بها كل مدرسة على حدة . فإذا كانت المدرسة الفرنسية قد اهتمت بالتركيز على القضايا الفكرية والأيديولوچية وسائر المسائل ذات الطابع النظرى ، فإن المدرسة الأمريكية قد ركزت على المسائل العسكرية وقضايا التكنولوچيا والاقتصاد ، بينما اهتمت المدرسة السوفيتية بأمور التخطيط على المدى الطويل والمتوسط فى مختلف القضايا المجتمعية (الاقتصاد – التعليم – الصحة – الدفاع – الثقافية ... الخ) ، ومن ثم فقد تبنت النمط المعيارى أو لاستهدافى فى الدراسات المستقبلية .

ويلاحظ أنه رغم ما يردده جمهرة العلماء والباحثين فى شتى فروع المعرفة العلمية من أن العلم لا وطن له ، إلا أن الانتماء القومى والتوجه الأيديولوجى لهؤلاء الباحثين يفرض نفسه منذ اللحظة الأولى على كافة الدراسات والبحوث التى تجرى فى شتى المجلات المعرفية وخصوصا ميادينه العلوم الاجتماعية والانسانية ، ويبرز هذا الطابع (القومى والأيديولوچى) على وجه

الخصوص فى مجال الدراسات المستقبلية حيث يؤثر على مجمل الخطوات المنهجية والاجرائية للدراسة فضلا عن تأثيره فى تحديد الأولويات البحثية طبقا للأهداف المنشودة أو المتوقعة من الدراسة المستقبلية ذاتها (٢٤) .

إنماط الدراسات المستقبلية:

تسهم العوامل السابقة (مجال الدراسة المستقبلية والتراكم المعرفى فى مجال التخصص والاطار النظرى للدراسة والفترة الزمنية التى يشملها التنبؤ والانتماء القومى الأيديولوچى للباحث) فى تحديد نمط الدراسة المستقبلية التى يقوم الباحث بإجرائها . ويمكننا أن نميز بين أربعة أنماط رئيسية فى الدراسات المستقبلية نوجزها على النحو التالى :

النمط الأول : هو النمط الحدسي "Intuitive "

ويستند هذا النمط إلى الخبرة الذاتية فى الأساس . ويرى البعض أن هذا النمط من الدراسات المستقبلية ينتمى إلى العمل الفنى أكثر منه إلى العمل العلمى ، حيث يفتقر إلى القاعدة الموضوعية من البيانات والملاحظات التى يمكن بالاعتماد عليها تقويم التنبؤات التى يتوصل إليها الباحث تقويما علميا . ولذلك توصف هذه الدراسات بالذاتية ، فهى عادة تنبثق عن رؤية حدسية تعكس ذاتية الفرد وخبراته الخاصة ، ويقوم هذا النمط على محاولة التعرف إلى التفاعلات والتشابكات التى تؤدى إلى صورة معينة يتوقعها سلفا الباحث دون أن يدعى إثباتها . وهنا تبرز أهمية العوامل الذاتية ، فالحدس ليس إلهاما ولكنه تقدير يراه بعض الناس الذين يُشْغَلون بهموم مجتمعهم ، ويسلمون علميا ببعض الأفكار والنظريات التى يمكن أن تلخص أوتعبر عن مصالح محددة(٢٥).

النمط الثاني : هو النمط الاستطلاعي Exploratory

ويهدف هذا النمط إلى استكشاف صورة المستقبل المحتمل أو الممكن تحقيقه عن طريق نموذج صريح للعلاقات والتشابكات . ويبدو هذا النمط أكثر موضوعية من النمط السابق ، وإن كان العنصر الذاتى لا يختفى منه تماما . إذ أن النمط الاستطلاعى يستخدم لاستكشاف الآثار المستقبلية المحتملة والقائمة على افتراضات معينة ، مما يعنى أن هذا النمط لا يصلح لاختبار كافة

الافتراضات الخاصة بدراسة مستقبل ظاهرة ما ، بل تقتصر صلاحيته العلمية على استكشاف المسار المستقبلى للظاهرة المدروسة فى ضوء الافتراضات التى وضعها الباحث والتى لا تخلو من التأثر بمواقفه الذاتية واختباراته الأيديولوچية علاوة على انتمائه القومى . فنحن هنا ازاء عملية اختبار وتفضيل لا تخلو من الاعتبارات القيمية المسبقة .

وإذا كان النمط الحدسى يعتمد على حصيلة الخبرات الشخصية والذاتية للباحث ، فإن النمط الاستطلاعى من الدراسات المستقبلية يعتمد على قاعدة موضوعية من البيانات والمعلومات ذات الطابع الكيفى والكمى مما يستلزم الاستعانة بأساليب بحثية متقدمة تتمثل فى أساليب التحليل الرياضية والاحصائية وأسلوب تحليل النظم وبحوث العمليات . وقد شاع أخيرا استخدام الأسلوب المورفولوجى (٢٦) رغم حداثة اكتشافه فى مجال البحوث المستقبلية . ويحتل هذا الأسلوب أهمية خاصة فى إطار النمط الاستطلاعى للدراسات المستقبليه . ويركز هذا الأسلوب على ضرورة التعرف على كافة التأثيرات التى تحيط بالظاهرة المدروسة من خلال كشف تسلسلها سعيا لاستطلاع آفاقها المستقبلية المحتملة . ويتم استخدام هذا الأسلوب من خلال مجموعة خطوات تبدأ بتحديد المشكلة مع التركيز على أبرز معالها أو ملامحها ثم محاولة النفاذ إلى التفاصيل الخاصة بكل معلم أو ملمح من ملامحها وتحديد الأفق المستقبلى المحتمل له ثم تقويم هذه الاحتمالات .

النمط الثالث : هو النمط الاستهدافى او المعيارى NORMOTIVE

يبدو العنصر الذاتى سافرا فى هذا النمط على عكس النمط السابق < الاستطلاعى > بل يمكن اعتبار هذا النمط تطويراً للنمط الحدسى المستمد من الخبرة والتخيل والبصيرة . وينطلق النمط المعيارى من العباءة الذاتية للباحث ولكنه يتجاوزها مستفيدا بشتى الاضافات المنهجية التى استحدثتها العلوم التطبيقية والرياضية مع عدم إغفال أهمية الخبرات والاستبصارات . ويبدأ هذا النمط بتحديد أهداف معينة سلفا ثم يصوغ النموذج على نحو يسمح بتحديد الخطوات والسياسات الكفيلة بتحقيق أهداف الدراسة المستقبلية (٢٧) . ويتميز هذا النمط بالتدخل الواعى من أجل تغيير المسارات المستقبلية للظواهر المدروسة فى ضوء أهداف محدد سلفا .

وقد استلزمت الطبيعة النوعية الخاصة لهذا النمط استحداث أساليب بحثية جديدة تمثلت فيما يسمى بالاستثارة الذهنية الجماعية وأسلوب دلفى ويعتمد كل من هذين الأسلوبين على رصد تصورات مجموعات من الخبراء والمتخصصين عن المستقبل المتوقع فى مجالات تخصصهم ، وهنا

يبرز الاسهام الذى قدمه العالم الرياضى الأمريكى أولاف هلمر عام ١٩٥٩ حيث نشر دراسة هامة عن (الاطار المعرفى للعلوم غير الأساسية) ، أوضح فيها إمكانية الاستعانة بشهادة الخبراء فى المجالات العلمية التى لا يتوافر لديها رصيد معرفى يسمح باستخلاص القوانين العلمية ، وقد اعتمد فى استقاء شهادة هؤلاء الخبراء على أسلوب دلفى الذى يقضى بالحصول على رأى كل خبير على انفراد ويدون علم زملائه . وقد أجريت عدة تعديلات على هذا الأسلوب بهدف الاستفادة من الاسخدامات الحديثة للكومبيوتر (٢٨) .

وخلافا للنمط الاستطلاعى نبدأ الخطوات المنهجية فى البحوث المعيارية من رسم صورة المستقبل المستدف تحقيقه ثم ننتقل إلى الحاضر . ومن هنا جاء الاختلاف فى الأساليب البحثية المتبعة فى كل نمط . غير أن ذلك لا يمنع من اشتراكهما فى بعض الأساليب .

ومن أبرز الأساليب المستخدمة فى النمط المعيارى الأسلوب المعروف باسم شجرة العائلة(٢٩) Family Tree Method ، ويقوم على أساس تحديد الهدف المرغوب فى تحقيقه مستقبليا بالنسبة للظاهرة المدروسة ، وهذا يمثل قمة الشجرة ، ثم ننتقل من هذا الهدف إلى الحاضر الذى يتمثل فى سائر فروع الشجرة ، ونبحث فى البدائل المختلفة لكل فرع من هذه الفروع حتى نتوصل إلى رسم صورة كاملة للبدائل المستقبلية المرغوب فى تحقيقها . والواقع أن هذا الأسلوب رغم ما يتسم به من وضوح إلا أنه يستلزم بذل جهد مكثف يتميز بالدقة والشمول ، حتى يمكن استيعاب كافة الاحتمالات التى يطرحها الواقع الراهن للظاهرة وترتيبها وفقا لأهميتها ، ثم تحديد السياسات اللازمة لتحقيق كل هدف من الأهداف الفرعية ، ثم ربط مجمل هذه السياسات فى صورة متكاملة تتضمن كافة العناصر والمؤشرات .

النمط الرابع : نموذج الأنساق الكلية Feedback Models

ويركز هذا النمط على مجمل المتغيرات والتشابكات فى إطار موحد يجمع بين النمطين السابقين فى شكل تغذية مرتدة تعتمد على التفاعل المتبادل بينهما ، حتث لا تهمل ماضى الظاهرة المدروسة ولا تتجاهل الأسباب الموضوعية التى سوف تفرض نفسها لتغيير المسارات المستقبلية لها . كما يستفيد هذا التمط من مزايا النمطين السابقين ، أى يجمع بين البحوث الاستطلاعية التى تستند إلى البيانات والحقائق الموضوعية ، وبين البحوث المعيارية التي تولى أهمية خاصة للقدرات الابداعية والتخيل والاستبصار ، ويمثل هذا النمط خطوة متقدمة فى المسار المنهجى للبحوث المستقبلية المعاصرة (٣٠).

وفى مجال المقارنة بين الأنماط المختلفة للدراسات المستقبلية لا يمكن ترجيح كفة أحدها على الآخر ، بل يمكن القول إن جهود العلماء المستقبليين قد انصبت فى الأساس على محاولة الجمع بين مزايا الأنماط الثلاثة الأولى والاستفادة بها فى بناء النمط الرابع المعروف بنموذج الأنساق الكلية ، وإن كان هناك تحذير يطلقه هؤلاء العلماء هو عدم إحلال النموذج الرياضى محل التحليل النظرى الذى يركز على الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والحضارية ، ومراعاة إلا يكون النموذج ستارا يخفى اختيارات محددة لا يفصح عنها صراحة (٣١) .

ويمكن القول بأن بناء النماذج فى مجال بحث التشابكات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لم يزل مسعى علميا حديث النشأة ، ويحتاج إلى المزيد من الجهد البحثى والتأمل .

أساليب ومستويات التحليل في الدراسات المستقبلية

يدور الكثير من الجدل حول المقارنة بين كل من الأسلوب الكمى والكيفى وصلاحية كل منها لضمان الوصول إلى أكبر قدر من الدقة والموضوعية . وأصبح من الشائع ترجيح كفة الكم على حساب الكيف فى كثير من البحوث والدرسات الاجتماعية المعاصرة على أساس أن التكميم بصوره المختلفة (الرياضية والاحصائية) أكثر اختصارا ودقة فى التعبير .

وقد انتقل هذا الجدل المنهجى إلى ميدان الدراسات المستقبلية حيث يرى البعض أن لأساليب الرياضية توفر إمكانية التعامل مع المتغيرات الكمية بصور تسمح بإدراك ما يمكن أن تؤدى إليه السياسات المختلفة من نتائج فى الأمد الطويل ، وأصحاب هذا الاتجاه هم فى الأغلب من العلماء البارزين فى مجال بناء النماذج الرياضية .

ولا شك أن هناك خلطا غير مقصود بين المجالات البحثية التى يصلح لها كلا الأسلوبين الكمى والكيفى ومنطق استخدم كل منهما وحدود هذا الاستخدام . علاوة على أن أهداف الدراسة تفرض على الباحث الاهتمام بأبعاد معينة أكثر من سواها . ذلك أنه لا يوجد منهج واحد أو أسلوب تحليلى بعينه بإمكانه أن ينهض بمفرده بدراسة ظاهرة ما أو عدة ظواهر ، ويحيط بها وصفا وتفسيرا مبرزا كافة جوانبها الكمية والكيفية.

فمن الواضح أن التحليل الكمى قد لا يتناسب مع بعض الموضوعات كعمليات التفاعل الاجتماعى أو التطليل التاريخى ، ذلك لأن الرقم الذى تمنحه أهمية قصوى هو شئ ثابت بمعنى أن الذين يعتمدون على التكميم يعزلون الحقيقة الاجتماعية عن مسارها الجدلى ، ويحاولون تثبيتها فى

لحظة ما ثم يتنبؤن بمسارات معينة لهذه الحقيقة بناء على عملية التثبيت المتعسفة ، مفترضين أن العلاقات بين العوامل والمتغيرات التى يخضعونها للقياس هى علاقات دائمة وثابتة عبر الزمن وهذا افتراض خاطئ بسبب تناقضه مع قانونى الصيرورة والجدل الذى لا تستثنى منهما أية ظاهرة حية فى هذا الكون علاوة على أن ثمة ظواهر أو أبعادا فى الواقع الاجتماعى أكثر دينامية وتغيرا من سواها ، وبالتالى فالاصرار على إخضاعها للتحليل الكمى يؤدى إلى تزييف فهمها وقياسها والتنبؤ بمسارها المستقبلى ، ويمكن القول إن الرياضية ليست إلا أداة من أدوات البحث العلمى ، وأن استخدام النماذج الرياضية لا يعنى بأى حال حيادية هذه النماذج ، فهى لا تقوم على افتراضات مجردة وإنما تتعامل هذه النماذج مع وقائع اجتماعية للباحث منها مواقف واعية خفية أو معلنة(٣٢). وهذا لا يعنى أن نتغافل عن وجود موضوعات تقتضى دراستها التركيز على التحليل الكمى خصوصا الموضوعات التى تقيس الدرجة والشدة مثل الدخل القومى والسكان والناتج الزراعى والصناعى واستهلاك الطاقة .. الخ .

الأساليب الكيفية:

ويركز أنصار هذا الاتجاه على رصد وتحليل الجوانب الكيفية مثل قضايا الصراع الاجتماعى والأيديولوچى والقيم والفنون وسائر الموضوعات التى يغلب عليها الطابع الكيفى ، وإن كانت لا تخلو من أبعاد كمية ، ولا يبالى أصحاب هذا الاتجاه كثيرا بالاهتمام ببعض المتغيرات الكمية التى قد تؤثر بالفعل على العوامل الكيفية التى يركزون عليها دون سوها . وهنا لا نستطيع أن نتجاهل مجموعة الاعتراضات التى توجه إلى الأساليب الكيفية فى التحليل وأهمها الافتقار إلى الدقة والموضوعية بسبب اعتمادها على الأحكام الانطباعيه والذاتية واتسامها بالجزئية وإسقاط بعض المتغيرات أو إهمالها أثناء التحليل . فضلا عن صعوبة أو استحالة تكرار الأبحاث الكيفية فى أغلب الحالات مما يؤثر على ثبات وصدق أغلب الأبحاث التى تعتمد على الأساليب الكيفية فى التحليل (٣٣) .

التوازن بين الكمى والكيفى:

كيف يمكن الجمع بين مزايا الأسلوبين الكمى والكيفى فى الدراسات المستقبلية .. ؟

هناك بعض الاعتبارات العامة التى يجب أن يضعها الباحث فى اعتباره عند اختيار نوع التحليل الملائم مع مراعاة عدم الفصل التعسفى بين أنواع التحليل أو بترجيح كفة أحدهما على

الآخر . بل لابد من وضع الأسلوبين موضع الاعتبار عند دراسة الواقع المجتمعى حتى لا يقودنا أى فصل بينهما إلى تشويه الحقيقة الاجتماعية . وتتلخص هذه الاعتبارات فيما يلى :

١ - موضوع البحث وطبيعة الظاهرة المدروسة :

وتتضح أهمية هذا العامل بسبب تباين بعض أبعاد الواقع الاجتماعى وتفاوت الأبعاد الكمية والكيفية بين ظاهرة وأخرى فهناك موضوعات مثل الصراع الاجتماعى والوعى والتأثير الثقافى والحضارى والموضوعات التاريخية . كل هذه الموضوعات يغلب عليها الطابع الكيفى . فى حين أن هناك موضوعات أخرى مثل الدراسات الديموجرافية يغلب عليها الطابع الكمى . مثل هذه الموضوعات أو تلك تقتضى من الباحث التركيز على الأسلوب الكمى أو الكيفى مع مراعاة الاحتفاظ بالأسلوبين ، ولكن بتفاوت أحدهما عن الآخر طبقا لطبيعة الظاهرة المدروسة .

٢ - نمط الدراسة المستقبلية :

قد يعتمد النمط الاستطلاعى فى الدراسات المستقبلية على البيانات الكمية أكثر من البيانات الكيفية وإن كان النمط الاستهدافى لا يستغنى عن النوعين معا .

٣ - الإطار النظرى للدراسة المستقبلية :

إذا تمت الدراسة المستقبلية فى ضوء البنائية الوظيفية التى تهتم بالثبات والتوازن فإن هذا يستلزم التركيز على الأبعاد الكمية القابلة للفصل والتجزئه والعد . أما إذا ركز الباحث على الابعاد الدينامية فى إطار المادية التاريخية فإن التحليل الكيفى هو الأسلوب الأكثر ملاءمة فى هذا الصدد.

٤ - مصادر البيانات :

تؤثر مصادر البيانات فى اختيار الباحث للأساليب الخاصة بجمعها ومن ثم تحليلها . فالبيانات الجاهزة فى سجلات أو وثائق البيانات الميدانية التى يجمعها الباحث من خلال المقابلة بأنواعها والملاحظة . هذا عدا البيانات المستقاة من وسائل الاعلام التى غالبا ما يقتضى تحليلها استخدام أسلوب تحليل المضمون أو تحليل حقول الدلالة ، كما أنه يمكن استخدام ما يسمى بالتحليل الثانوى . وتتباين أدوات جمع البيانات بتباين معايير تصنيفها . فهناك أدوات يقتضى تحليل بياناتها استخدام نوع من التحليل الكيفى كتحليل المضمون ، كذلك فى المقابلة الحرة غير المقننة عكس الاستبيان المقنن الذى يستلزم تحليلا كميا [٣٤] .

النماذج العالمية للمستقبليات مالها وما عليها

إذا كانت العشرينيات قد شهدت بروز البدايات العلمية للدراسات المستقبلية ، فإن السبعينيات تمثل نقطة الانطلاق نحو العالمية بالنسبة لهذه الدراسات بعد أن حظيت بالاهتمام والانتشار مع بدء حقبة الستينيات حيث بدأ العديد من الدراسات المستقبلية في الظهور في الدول الغربية . كذلك تزايد اهتمام الدول الاشتراكية بهذا النوع من الدراسات من أجل توفير خلفية أعرض وأعمق للمعلومات المستقبلية التى تساعدها فى نشاطها التخطيطى على المدي الطويل ، ولا شك أن تراكم المعرفة العلمية فى مختلف المجالات وعلى الأخص المجال الاقتصادى فضلا عن تطور أدوات ومناهج البحوث الكمية خصوصا بعدظهور الحاسب الالكترونى وانتشار استخداماته . هذه العوامل مضافا إليها الأزمات المتعددة الأوجه التى تعترض النظام الدولى الراهن مهدت الطريق وساعدت على هذه النقلة التى شهدتها الدراسات المستقبلية بخروجها من إطار المحلية إلى العالمية إذ أصبحت تتصدر قائمة الاهتمامات الاستراتيجية لدى المنظمات الدولية ولدى الكثير من التكتلات الحكومية وغير الحكومية على المستوى العالمى .

ويبرز فى هذا المجال نشاط نادى روما الذى كان له السبق فى طرح هذا النوع من النشاط الذى عرف بحركة النماذج العالمية فى الدراسات المستقبلية . فقد تولى العالمان الأمريكيان فورستر وميدوز بتشجيع ورعاية نادى روما – مهمة بناء أول نموذج عالمى على الكومبيوتر يستطلعون من خلاله مستقبل العالم خلال المائة عام القادمة فى عدد محدد من القضايا مثل الانتاج الصناعى والغذاء وتلوث البيئة وتزايد السكان ونضوب الموارد . وقد نشرت هذه الدراسة تحت عنوان < حدود النمو > فى عام ١٩٧٢ .

وقبل أن أتناول هذه الدراسة بالقدر الذى تستحقه من التحليل أرى أنه من الضرورى أن أشير إلى العوامل التى جعلت هذه الدراسة – رغم ظهورها فى ثوب عالمى – تخرج من قلب العالم الرأسمالى وفى هذه المرحلة بالتحديد . هناك عاملان رئيسيان يكمل أحدهما الآخر . ويتعلق أولهما بالأزمة التى تعانى منها الدول الرأسمالية الصناعية المتقدمة ، استحكمت حلقاتها فى منتصف الستينات بعد استكمال حركة التحرر الوطنى فى العالم الثالث لمهامها الوطنية مما أتاح امكانية ظهور اجتهادات ورؤى فكرية وسياسية تسعى الى إنجاز مهام المرحلة الثانية لحركة التحرر الوطنى خصوصا فى المجال الاقتصادى والثقافى . أما العامل الثانى الذى يكمن وراء ازدياد نشاط النماذج الدولية فى حقبة السبعينيات فهو يتعلق بظهور تكتلات جديدة على المسرح الدولى تبلور

وتحاول تجسيد مصالح شعوب العالم الثالث على شكل نماذج بديلة للتنمية ودعوات تطالب بمزيد من العدالة والتكافؤ فى علاقاتها مع الدول الرأسمالية الصناعية المتقدمة ، وأبرز مثال على ذلك مجموعة السبعة والسبعين وكتلة عدم الانحياز . مما بات يهدد وبصورة ملحوظة مصالح مجمل النظام الرأسمالى العالمى الذى يتمثل فى الشركات المتعددة الجنسيات بالاضافة إلى الحكومات الغربية منفردة أو مجتمعة . ومن هنا يمكن تفسير سر تسارع العديد من الهيئات الغربية إلى تقديم هذه النماذج التى زعمت لنفسها صفة العالمية . فقد تتابعت حركة النماذج العالمية فى مجال الدراسات المستقبلية بعد ظهور < حدود النمو > فى بداية السبعينيات ، ورغم سمة العالمية التى تدثرت بها . إلا أن معظمها اتسم بالطابع الجزئى سواء ما يتعلق بالنطاق الجغرافى أو المدى الزمنى أو المتغيرات التى شملتها هذه النماذج .

وسعيا إلى التمييز بين هذه النماذج فإننا سوف نحتكم إلى مجموعة من المعايير نوجزها على النحو التالى :

١ - النطاق الجغرافى للدراسة .

٢ - الأفق الزمنى للدراسة .

٣ - هدف الدراسة < استكشافى أم استهدافى > .

٤ - المتغيرات التى يركز عليها النموذج المستقبلى .

٥ - الأساليب المنهجية المستخدمة .

٦ - الهوية الأيديولوجية للنموذج سواء كانت معلنة أو متضمنة .

وفى ضوء هذه المعايير يمكن التمييز بين ثلاثة أنماط من النماذج العالمية للدراسات المستقبلية وتتلخص فيما يلى :

النمط الأول : ويتضمن النماذج التى تم تقديمها فى إطار الهيئات والمنظمات والحكومات الغربية . ويشمل ثلاثة أنواع من النماذج قدمت على أنها نماذج أنساق كلية للعالم وظواهره الاقتصادية والاجتماعية تهدف إلى الاسهام فى حل مشكلات العالم من خلال استكشاف آفاقه المستقبلية وتشابكاته المختلفة . وينتمى إلى هذا النوع تقرير < حدود النمو > الذى قدمه نادى روما ، ويمثل هذا الجهد محاولة رائدة فى ذلك الوقت ، وقد تناول العالم على أنه كتلة واحدة متجانسة ذات حدود طبيعية ثابتة . وقد أكد أصحاب هذا النموذج على أن النمط الحالى للنشاط الانتاجى والتعامل مع البيئة يقودان إلى الانهيار ، ومن أجل تفادى هذا المصير يقترح فورستر وميدوز وضع

حدود اختيارية للنمو تتمثل فى ضبط النمو السكانى فى العالم الثالث وتحجيم التوسع الرأسمالى بهدف تحقيق التوازن المستقبلى المنشود [٣٥] .

وعند محاولة تطبيق المعايير السابقة على هذا النموذج الذى عرف < بحدود النمو > نلاحظ أنه قد تناول العالم ككل من ناحية النطاق الجغرافى . أما الأفق الزمنى فقد امتد إلى مائة عام بينما اقتصر هدف الدراسة على الاستطلاع فحسب مع طرح سيناريوهات مختلفة للنمو . وقد اقتصر النموذج على مجموعة من المتغيرات هى السكان والطاقة والموارد الطبيعية والانتاج الزراعى وغير الزراعى وتلوث البيئة . أما الأساليب المنهجية فقد اعتمدت هذا النموذج على ما يسمى بديناميكية الانسان ، ومما يحسب لهذا النموذج إسهامه المنهجى فى بناء نماذج الأنساق الكلية التى يعتبرها المتخصصون إضافة علمية جوهرية فى هذا المجال [٣٦] .

ولعل أبرز المآخذ على هذا النموذج ادعاؤه الحياد ومحاولة إخفاء هويته الأيديولوجية[*] ومحاولة ادعاء البعد عن المعالجات الجزئية مما أدى إلى وقوعه فى أخطاء جوهرية أثارت حوله موجة من الانتقادات الحادة . وخصوصا أنه تعامل مع العالم كوحدة متجانسة متجاهلا الفروق الاقتصادية والاجتماعية والسياق التاريخى للأقاليم والمناطق المختلفة . فضلا عن تركيزه على عدد محدود من المتغيرات مما جعله عاجزا عن تقديم صورة واضحة عن مستقبل المناطق الجغرافية المختلفة فى العالم . كما أن البيانات والمعلومات التى عذى بها الكومبيوتر كانت تفتقر إلى الدقة والشمول .

النوع الثانى : من النماذج < نموذج ميزاروفيتش وبستل >[**]. انبثق هذا النموذج من قلب الانتقادات التى وجهت إلى النموذج الأول < حدود النمو > . وقد حاول هذا النموذج تلافى السلبيات المنهجية والثغرات الخاصة بمحدودية النطاق الجغرافى وضآلة المتغيرات التى شابت النموذج الأول . ولذلك اهتم ميزاروفيتش وبستل بتقديم صيغة تفاعلية جديدة بين الانسان والحاسب الألكترونى من خلال بناء نسق يعتمد على التقسيم الأفقى للعالم < قسم العالم إلى عشر مناطق > بالاضافة إلى التقسيم الرأسى الذى يتفاعل بين مستويات متعددة فردية وجماعية واقتصادية وجغرافية .. الخ . وقد تضمن هذا النموذج تفاصيل أكثر عمقا وتنوعاً غير أن نتائجه لم تختلف اختلافا جوهريا عن نتائج فورستر وميدوز فى النموذج الأول . فقد التزم هذا النموذج بنفس الأفق الزمنى الذى يتعدى القرن العشرين كما اقتصر على الهدف الاستطلاعى الذى يطرح سيناريوهات

مختلفة للنمو ، ولكنه استعان بأساليب منهجية أفضل من النموذج السابق تمثلت فى استخدام أساليب الاقتصاد القياسى وتحليل المدخلات والمخرجات علاوة على تحليل الأنساق من خلال تفاعل التقسيم الأفقى والرأسى للعالم ومكوناته الجغرفية والبشرية والاقصادية ، وتميز نموذج ميزارفيتش ويستل فى أنه يقدم صورة أقل قتامة لمستقبل العالم ، وإن كانت نتائجه تشير إلى حتمية حدوث الانهيار ولكن ليس بصورة كلية ، ومن أجل تفادى هذا الانهيار يقترح نفس الافتراحات التى طرحها النموذج الأول والتى تتمثل فى ضبط نمو السكان فى العالم الثالث ويضيف إليها اللجوء إلى الأساليب التعاونية على المستوى الدولى مثل اقتراح قيام نظام اقتصادى عالمى جديد ، ويعطى النموذج أمثلة محدة لأنواع التعاون المطلوب وممارستها بين الدول الرأسمالية الصناعية المتقدمة والدول التابعة (٣٧) .

والواقع أن هذا النموذج الذى تميز عن سابقة بالتعقيد المنهجى وتعدد المتغيرات التى تناولها لم يختلف بصورة جوهرية عن سابقة ، ويرجع ذلك إلى سببين أولهما أيديولوجى وهو أن كلا النموذجين يتطلعان إلى تحقيق هدف واحد هو إنقاذ مستقبل الدول الرأسمالية الصناعية المتقدمة على حساب شعوب العالم الثالث ، والسبب الثانى منهجى يتعلق بطبيعة المناهج الرياضية القاصرة عن التعبير عن التعقيدات الاجتماعية التى تعد جوهرية بالنسبة للداسات المستقبلية .

النوع الثالث : نموذج ساروم Sarum ، لقد تم تصميم هذا النموذج تحت إشراف هيئة البيئة البريطانية وذلك من أجل تدارك الثغرات التى شابت النماذج السابقه وخصوصا ما يتعلق بعدم وضوح مناهجها من ناحية وعدم شمول ودقة بياناتها من ناحية أخرى . ويقسم هذا النموذج العالم إلى ثلاث مناطق عالمية تختلف من حيث معدلات دخول الأفراد وهى على التوالى: الولايات المتحدة ثم الدول الصناعية المتقدمة وأخيرا الدول النامية والصين ، ولا يختلف هذا النموذج عن النموذجين السابقين سواء من حيث الأفق الزمنى أو الأساليب المنهجية . ويتميز عنهما فى أنه لا يشترط ضبط النسل بنفس الصورة التعسفية التى ركز عليها كل من ميذوز وميزاروفيتش . كما أهمل بعض القضايا العالمية التى ركزت عليها الآخران مثل تلوث البيئة . وقد ركز على دراسة امكانيات التوسع الأفقى والرأسى للزراعة ، ولذلك طرح نتائج تتميز بالتفاؤل بالنسبة لمستقبل الغذاء فى العالم الثالث (٣٨) .

وبهذا النموذج ينتهى النمط الأول من النماذج العالمية وقد تضمن ثلاثة نماذج طرحت فى أطار الهيئات والحكومات الغربية وقد تباينت قليلا فى أساليبها المنهجية وقاعدة البيانات التى

اعتمدت عليها ، ولكنها تميزت بسمه رئيسية هى أنها استهدفت المحافظة على النظام الدولى الراهن فى إطار العلاقات والمصالح الرأسمالية الدولية القائمة .

النمط الثانى : ويتضمن نموذجا واحدا يمثل العالم الثالث طرحته مجموعة أمريكا اللاتينيه وعرف باسم نموذج باريلوتشى(*). وخلافا للنماذج الغربية التى حاولت إخفاء وجهها الأيديولوچى بادعاء الحياد والموضوعية فإن القائمين على هذا النموذج قد طرحوا منذ البداية انتماءهم لعالم الثالث وتبنيهم لروية مخالفة بصورة جذرية لمنظور أصحاب تقرير (حدود النمو)، وقد أعلنوا ذلك خلال الندوة التى عقدها نادى روما فى البرازيل لمناقشة هذا التقرير الذى وضعه فورستر وميدوز وقد تركزت انتقاداتهم على الجوانب التالية :

١ – توصيف الأوضاع الراهنة فى العالم والخاصة بحالة البؤس والجوع وسائر الأزمات الحياتية التى يعانى منها ثلثا البشرية فى العالم الثالث هى أمر واقع ولسنا فى حاجة إلى نماذج رياضية للتنبؤ بها ، وإن ربط حالة البؤس بفكرة الانهيار مغالطة كبرى لأن المجموعة القليلة من الدول الرأسمالية المتقدمة تمارس الاسراف فى استهلاكها للموارد مما ينذر بحدوث الانهيار .

٢ – إن الحدود الطبيعية التى ادعت النماذج العالمية ثباتها لا تتسم بالصرامة التى بشر بها تقرير حدود النمو . وأنه يمكن تجاوزها والتغلب عليها إذا ما اتبعت سياسات معينه لتفادى انهيار النسق العالمى تضع فى اعتبارها مصالح الشعوب المنسية فى العالم الثالث .

٣ – إن الاقتراحات التى جاءت فى تقرير ‹ حدود النمو › تهدف إلى تحقيق التوازن والمقصود بها استمرار الفوارق الاجتماعية الراهنة بين الفقراء والأغنياء على مستوى الدول والأفراد [٣٩].

وقد قسم هذا النموذج العالم إلى أربع مناطق : واحدة تشمل الدول المتقدمة ‹ الرأسمالية والاشتراكية › وثلاث تشمل القارات الثلاث ، وهو يتكون من ثلاث أنساق فرعية هى السكان والغذاء والموارد الاقتصادية . ويتميز هذا النموذج عن النماذج السابقة فى الهدف إذ ألزمت مجموعة باريلوتشى نفسها بوضع نموذج عالمى معيارى لا يهتم بالتنبؤ بما سوف يحدث إذا استمرت التوجهات الراهنة فى النظام العالمى ، وإنما اهتمت برسم طريق يساعد على التوصل إلى إشباع الحاجات الأساسية لشعوب العالم خلال ستين عاما بدءا من عام ١٩٨٠ ، وذلك بشرط تخصيص ٢٪ من إنتاج العالم المتقدم للمساعدة غير المشروطة لشعوب اسيا وأفريقيا ، وبهذا تسقط الحجة الزائفة التى اعتمدت عليها النماذج الأخرى والتى تشترط تنظيم النسل فى العالم الثالث من أجل تفادى لا نهيار المتوقع للنسق العالمى الراهن .

وتتمثل القضية المحورية لهذا النموذج فى تحقيق العدالة فى توزيع الدخل وتحقيق الاستقلال الاقتصادى لشعوب العالم الثالث ، ويحدد القائمون على هذا النموذج ملامح المجتمع الجديد الذى يعتمد على العدالة الاجتماعية والمشاركة الشعبية ، وتختفى فيه أشكال السيطرة الفردية القائمة على امتلاك وسائل الانتاج وأشكال الاستهلاك المبالغ فيها ويتم تخطيط الانتاج الذى يفى بالحاجات الأساسية للسكان طبقا لبرامج تنموية تستهدف تحقيق مصالح مختلف الجماعات السكانية دون تمييز .

ويتميز نموذج أمريكا اللاتينية باستخدام أساليب منهجية جديدة تعتمد على بحوث العمليات والاقتصاد والقياسى وما يسمى بالأساليب الأمثلية . كما أن الأفق الزمنى الذى التزم به النموذج يرتبط بالمدى الذى يتحقق خلاله إشباع الحاجات الأساسية للسكان (٤٠) ، وقد تم نشر هذا النموذج فى تقرير تحت عنوان < كارثة أم مجتمع جديد > عام ١٩٧٦ .

النمط الثالث : (١) نموذج الأمم المتحدة < ليونتيف > :

ينطلق هذا النموذج من استراتيجية التنمية العالمية التى تبنتها الأمم المتحدة عام ١٩٧٠ لعقد التنمية الثانى . وتم تقسيم العالم فى هذا النموذج إلى ١٥ منطقة لكل منها جدول < مدخلات ومخرجات > يضم ٤٨ قطاعا ، ويتم الربط بين مناطق العالم من خلال قنوات التجارة الدولية فى حوالى أربعين فئة من السلع والخدمات ورؤوس الأموال . وقد تركزت محاور النموذج حول مجموعة من التغيرات شملت تفاوت مستوى المعيشة بين القطاعات المتقدمة والأقل تقدما من البشرية فى ضوء مشكلات الغذاء والتلوث والطاقة والزراعة والتجارة الدولية . وقد طرح النموذج تصورات مستقبلية للاقتصاد العالمى تتمثل فى إيجاد مسارات بديلة للتنمية الاقتصادية على المستوى العالمى، وتبدأ من عام ١٩٧٠ حتى عام ٢٠٠٠ (٤١) (*) ، وقد أكد هذا النموذج على ماسبق أن أشرنا اليه فى نموذج أمريكا اللاتينية على عدم وجود حواجز طبيعية تحول دون التنمية الشاملة والمستقلة فى العالم الثالث ، وأكد أن الحواجز هى - أساسا - سياسة - اجتماعية ومؤسسية .

(٢) نموذج المستقبلات الدولية :

تعتبر الدراسة المستقبلية ذات الطابع العالمى التى عرفت باسم (Interfutues) أو(ثنايا المستقبل) (٤٢) أحداث الدراسات المستقبلية التى تم إجراؤها على المستوى الدولى تحت إشراف

منظمة التعاون الاقتصادى والتنمية ، وقد ركزت على استشراف الآفاق المستقبلية للتطور الاقتصادى للدول الصناعية المتقدمة فى إطار علاقاتها بالدول النامية . وقد قسمت هذه الدراسة العالم إلى ١٣ منطقة واهتمت بقضايا الطاقة والتصنيع واستيراد التكنولوچيا الرأسمالية ومجالات الاستثمار الخارجى والزراعة وخصوصا الانتاج الغذائى . وقد تضمنت كل منطقة من مناطق العالم ١١ قطاعا . وخلافا للنماذج السابقة حاولت هذه الدراسة التقليل من الاعتماد على الأساليب الكمية كما ركزت على العوامل الاقتصادية والتكنولوچية مع عدم إغفال الجوانب الاجتماعية وانتهت بمجموعة من التوصيات فى إطار سيناريوهات بديلة للمستقبل تبدأ من عام ١٩٧٥ وحتى نهاية القرن الحالى . ومن أبرز التوصيات التى توصلت إليها هذه الدراسة ضرورة قيام الدول الصناعية المتقدمة بتقديم العون اللازم للدول النامية كى تصل إلى مرحلة الاكتفاء التكنولوچى من خلال خلق التكنولوچيات الملائمة لاحتياجات وظرف مجتمعاتها (٤٣).

ونقف عند هذا النموذج الذى يمثل نهاية سلسلة من النماذج العالمية لدراسة المستقبليات التى توالت حلقاتها مع بداية السبعينيات . ويلاحظ أن الدول الاشتراكية لم تسهم بصورة مباشرة فى مجال النماذج العالمية رغم وجود العديد من الكفايات النقدية فى هذا الموضوع . كما أن هناك مجموعة من العلماء فى الدول الاشتراكية قد قدموا إسهامات بارزة فى مجال المستقبليات وأبرزهم العالم السوفيتى ايجور لادا وجفيشيانى رئيس المعهد الدولى لتحليل لأنظمة فى فيينا ، وأيضا العالم الرياضى المعروف جلرفانى ، ولكن اقتصرت جهودهم على الدراسات المستقبلية فى إطار النظم الاشتراكية التى تعتمد على التخطيط المركزى . وإن كان ذلك لم يحل دون ملاحظاتهم النقدية على موضوع النماذج العالمية . ويبرز فى هذا المجال ما قدمه بعض علماء الدول الاشتراكية عن قصور العائد العلمى لهذه النماذج لأسباب أيديولوچية ومنهجية .

فقد أشار العالمان الرومانيان يوبيز وسلاك إلى تأثير الانتماء الأيديولوجى لصناع النماذج علي مجمل معالجاتهم المنهجية سواء فيما يتعلق بالفروض أو أساليب ومستويات التحليل ونوع المتغيرات التى يركزون عليها وبالتالى على النتائج والتوصيات التى يطرحونها .

وقد قام فريق سوفيتى بقيادة العالم جلوفانى بإعادة دراسة لنموذج نادى روما فتوصلوا إلى نتائج مخالفة تماما لما جاء فى التقرير المعروف بحدود النمو (٤٤).

والواقع أن تحيز الهيئات التى أشرفت على هذه النماذج قد انعكس بصورة جلية فى النتائج التى استهدفت – رغم الجهد العلمى المبذول فيها – تكريس العلاقات الدولية بصورتها الراهنة

ماعدا النموذج الذى ينتمى لأمريكا اللاتينية ، وقد برز كصوت وحيد يطرح أولويات وقضايا واحتياجات شعوب العالم الثالث ومن هنا تبرز الحاجة إلى استنهاض القدرات والكفاءات الفكرية لدى علماء ومفكرى العالم الثالث للاسهمام بصورة جادة فى هذا الجدل الدائر حول المستقبليات والبدائل المستقبلية ، وإلا فليس أمام شعوب العالم الثالث سوى مزيد من تعاسات التبعية ومواجعها.

***

الدراسات المستقبلية فى اطار المدارس المعاصرة

المدرسة الفرنسية:

تتميز المدرسة الفرنسية فى الدراسات المستقبلية بالنشأة ذات الطابع الفلسفى والفكرى . فقد خرجت من أعطاف الفلسفة الوجودية وروادها من المفكرين الفرنسيين البارزين مثل جان بول سارتر وقد جاءت هذه النشأة مواكبة لانتهاء الحرب العالمية الثانية وما صاحبها من مرارات وتداعيات وجدانية أليمة . وقد لعب الفيلسوف الفرنسى جان بول سارتر دورا حاسما فى بلورة النظرة إلى المستقبل من خلال المحاضرات والكتابات التى قدمها فى أعقاب الحرب العالمية الثانية.

وقد شهدت الخمسينيات نشأة علم المستقبل من خلال الجهود التى بذلها جاستون برجيه وزملاؤه حيث استخلص المفهوم الوجودى عن مسئولية الفرد وحريته فى تشكيل حياته ، وحاول تطبيقها على الشعب الفرنسى كوحدة جماعية منسجمة وقادرة على إعادة تشكيل المجتمع الفرنسى الذى عانى من ويلات الحرب العالمية الثانية إلى حد التعرض للدمار الشامل . وقد تبلورت جهود برجية فى إنشاء المركز الدولى علم الريادة فى باريس عام ١٩٥٧(٤٥). ويمثل هذا المركز حجر الزاوية فى الدراسات المستقبلية فى فرنسا حيث تابع تلاميذ برحيه وزملاؤه الجهود الرائدة التى بذلها فى حقل المستقبليات وخصوصا جوفينال صاحب الكتاب . لشهير < قدر الحدس > الذى صدر فى منتصف الستينيات .

المدرسة الأمريكية والدراسات المستقبلية

بينما بدأ الاهتمام بالمستقبليات فى فرنسا فى الاطار الفلسفى والأديولوچى ثم انتقل إلى القضايا الاجتماعية والسياسية ، لوحظ أن الاهتمام بالمستقبل بدأ فى الولايات المتحدة الأمريكية فى المجال العسكرى ثم انتقل إلى المجال السلمى حيث شمل القضايا الاقتصادية والاجتماعية ثم

تجاوز ذلك إلى الميادين العلمية والتعليمية حيث توجت جهود الرواد المستقبليين بإنشاء العديد من الجمعيات والمعاهد العلمية لدراسة المستقبليات وتدريسها بالجامعات .

وترجع البداية الأمريكية فى حقل الدراسات المستقبلية إلى فترة الحرب العالمية الثانية ، حيث بددت تطورات الحرب وأحداثها الوهم الذى كان يسيطر على المسئولين الأمريكيين فى أن الموقع الجغرافى المتميز للقارة الأمريكية قد يجنبهم مخاطر الحروب التى قد تندلع فى أية لحظة فى سائر مناطق العالم . ومن هنا جاءت البداية فى المجال العسكرى حيث كانت مصحوبة بالرغبة فى تطوير أساليب الدفاع والحماية العسكرية . ويمثل استطلاع كارمان المعروف باسم < نحو آفاق جديدة > ، والذى صدر عام ١٩٤٧ الحلقة الأولى فى سلسلة الدراسات الاستطلاعية التى تم إجراؤها للتعرف على الامكانيات الدفاعية للولايات المتحدة ، وقد انتهت هذه الدراسات بتأسيس أول مركز للاستطلاع التكنولوجى البعيد المدى للجيش الأمريكى (٤٦).

ثم تطور الاهتمام فى هذا الميدان وانتقل إلى مجال الفضاء على مشارف الخمسينيات . وقد شهدت هذه الحقبة < الخمسينيات > بدء ظهور مشروعات مدنية تركز على الدراسات المستقبلية فى الميادين الاجتماعية والتعليمية وهنا يبرز الدور الريادى الذى قامت به مؤسسة راند الأمريكية حيث قامت بتشجيع مجموعة من العلماء والدارسين حيث قاموا بإعداد من المشروعات البحثية التى تتناول الا حتمالات المستقبلية لبعض القضايا الحيوية بالنسبة للسوق الأمريكية والتعليم والصحة والسكان وأساليب الحياة الاجتماعية .

وفى إطار هذا المشروع الرائد ظهرت المحاولات الجادة لتأصيل الأسس العلمية والمنهجية لعلوم المستقبل ، ففى نهاية الخمسينيات وطول حقبة الستينيات شهد المجتمع الأمريكى توالى ظهور العديد من الدراسات التى شكلت فيما بعد البنية الأساسية لما يسمى بالمدرسة الأمريكية فى المستقبليات . وقد تجسد ذلك فى تأسيس معهد المستقبل عام ١٩٦٨، وقد تزعم هذا العمل العالم الرياضى الأمريكى أولاف هلمر . وجاء فى بيان التأسيس لهذا المعهد أنه يهدف إلى استكشاف الامكانيات المستقبلية للمجتمع الأمريكى أولا ثم المجتمع الدولى ، وأيضا يهدف إلى رسم صورة علمية للمستقبل المرغوب فى تحقيقه بالنسبة للأمريكيين (٤٧) ويمثل معهد هدسن نقلة هامة فى مسار الدراسات المستقبلية بالولايات المتحدة سواء فى نوع الدراسات التى قدمها خصوصاً فى المجال العسكرى والاستراتيجى أو الاضافات المنهجية التى تمثلت فى استحداث أسلوبين جديدين

فى الدراسات المستقبلية عرفا باسم لبناريو والمستقبل البديل (٤٨). وقد راج استخدام هذين الأسلوبين فى السنوات الأخيرة من قبل الباحثين المستقبليين الذين ينتمون لكافة التخصصات وللمدارس العلمية المتباينة .

وقد شهدت السبعينيات ظهور العديد من الهيئات والمعاهد المتخصصة فى الدراسات المستقبلية امتدت على الساحة الأمريكية شمالا وجنوبا ومن أبرزها معهد نيويورك للمستقبليات والجمعية العالمية لدراسة المستقبل World Future Study. كما بدأت المحاولات لادخال الدراسات المستقبلية ضمن المناهج الدراسية فى المدارس والمعاهد والجامعات . ويرى البعض أنها تبلغ حاليا ٤١٥ مقررا دراسيا موزعا على ١٨ ولاية أمريكية (٤٩).

وغطت الدراسات الأمريكية عن المستقبل الاقتصادى والتكنولوچى للعالم الأوساط العلمية المتخصصة وبدأت تنتشر فى دول العالم الثالث .

ومن أبرز الإسهامات المنهجية التى قدمتها المدرسة الأمريكية فى مجال البحوث المستقبلية أسلوب ‹ دلفى › Delphi Method الذى يمثل رؤية عصرية للدور الذى كان يقوم به كهنة معبد دلفى فى الحضارة اليونانية القديمة بالنسبة للتكهن بالمستقبل . وقد أصبح هذا الأسلوب لصيقا بالدراسات المستقبلية وخصوصا أن استحداثاته المتنوعة فى إطار هذه الدراسات قد أعطى عائدا خصبا فى مجال التنبؤات التكنولوچية والاجتماعية . ويرجع ذلك إلى أنه يجمع بين أكثر من أسلوب من أساليب الدراسات المستقبلية ، فهو يجمع بين الأسلوب الحدسى والاستطلاعى والمعيارى ، ويمكن تطبيقه على مراحل وفى كل مرحلة يمثل خطوة متقدمه منهجيا عن تلك التى تسبقها سواء فى جمع البيانات أو تحليلها واستخلاص مؤشراتها المستقبلية (٥٠). وقد أثبت هذا الأسلوب أهميته وفاعليته فى جمع وتحليل المعلومات خصوصا فى الميادين التى لا تتوافر لها قاعدة عريضة من المعلومات .

المدرسة السوفيتية وبحوث المستقبليات

هناك فروق جذرية تميز المدرسة السوفيتية كرائدة للتوجه والتطبيق الاشتراكى العلمي المستند إلى النظرية الماركسية اللينينية عن المدارس الغربيةالتى تلتزم النهج الرأسمالى مثل المدرسة الفرنسية والأمريكية فى حقل الدراسات المستقبلية ، ويرجع ذلك إلى أن التخطيط المتوسط والطويل المدى يعد سمة بارزة تلتزم بها كافة النظم الاشتراكية ، حيث تقوم بتطبيقه من خلال

مجموعة من السياسات المتكاملة والمتاحة لها كسلطة مركزية تمتلك فى مجال التطبيق إمكانيات كبيرة للتسيير والمتابعة وخلق الظروف الموضوعية لتحقيق هذه السياسات ، ولذلك فالتخطيط طويل المدى يجد لنفسه مكانا بارزا فى مجموعة الدول الاشتراكية التى تمارس قدرا كافيا من التدخل المركزى فى الحياة الاقتصادية والثقافية ، وهو يحتاج إلى خلفية أعرض فى نوعيتها وأطول فى مداها من الاسقاطات والتنبؤات والتحليلات المستقبلية . وتمثل هذه الخلفية حجر الزاوية فى رسم المسارات المسقبلية الأكثر استقرارا ، كما أنها تفيد كثيرا فى التنبه إلى المخاطر والاختناقات المفاجئة مما يساعد على رسم السياسات الكفيلة بتجنب هذه المخاطر فى الوقت الملائم (٥١).

وقد بدأ الاتحاد السوفيتى فى تطبيق هذه السياسة فى منتصف الخمسينيات حيث أدرجت كجزء من برنامج الحزب ثم تم اقرارها عام ١٩٦١ وتوالت بعدها الحلقات المتتابعة من الخطط الخمسية .

ولم يتسع هذا البرنامج سواء من حيث مداه الزمنى وآفاقه التطبيقية إلا فى حقبة السبعينيات وتمثل السنوات الخمس الماضية (١٩٨١ - ١٩٨٥) الفترة الثالثة التى تم خلالها تطبيق هذا الأسلوب حيث كانت خطط النمو الاقتصادى مسبوقة بدراسات خاصة بالتخطيط طويل المدى . وقد أسفرت هذه الدراسات عن وضع البرنامج الشامل للتقدم العلمى والتكنولوچى الذى تم توزيعه على ثلاث فترات زمنية :

تمتد الفترة الأولى : حتى عام ١٩٩٠ ، وقد أجريت الدراسات الخاصة بها على ضوء ظروف عامى ١٩٧٢ - ١٩٧٤ للاستفادة منها فى إعداد الخطة الخمسية ١٩٧٦ - ١٩٨٠ .

وتمتد الفترة الثانية : حتى عام ٢٠٠٠ ، وقد أجريت الدراسات الخاصة بها على ضوء ظروف عامى ١٩٧٦ - ١٩٧٨ للاستفادة بها فى الخطة الخمسية ١٩٨١ - ١٩٨٥ .

أما الفترة الثالثة : فهى تمتد حتى عام ٢٠٠٥ ، وقد أجريت الدراسات الخاصة بها على ضوء ظروف عامى ١٩٨١ - ١٩٨٣ للاستفادة بها فى الخطة الخمسية ١٩٨٦ - ١٩٩٠ .

وقد أشرف على هذا البرنامج لجنة مؤقتة تابعة لأكاديمية العلوم السوفيتية ، ثم تولاه بعد ذلك المجلس العلمى الذى تأسس عام ١٩٧٦ ممثلا لأكاديمية العلوم السوفيتية ولجان الدولة للعلم والتكنولوچيا ، وهى تهتم أساس (بالتنبؤ فى المجالات العلمية والتكنولوچية والاقتصادية والاجتماعية ، وتتكون من وحدات قطاعية ولجان إقليمية وفقا للتخصصات المختلفة (٥٢).

ومنذ نهاية السبعينات < ١٩٧٩ > أصبح هناك شرط أساسى يقضى بأن كل خطة خمسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية فى الاتحاد السوفيتى لابد أن تكون مسبوقة بتخطيط طويل المدى يتراوح بين ١٠ – ١٥ سنة قادمة ، بحيث يرتبط هذا التخطيط بالخطط السابقة عليه فى إطار البرنامج الشامل للتقدم العلمى والتكنولوچى لمدة ٢٠عاما مقبلة ومنذ ذلك الحين أصبحت الدراسات المستقبلية تمثل الخلفيه الأساسية للبرنامج الشامل حيث توضع خطط التنمية ، وتقاس فاعلية البرامج والمشروعات والحلول الإدارية والتنظيمية الخاصة بهذه الخطط فى إطار تنبؤ شامل . وتتميز هذه الفترة بنشوء لجنة متخصصة ومتنوعة للدراسات المستقبلية على مستوي مركزى ، ولها فروع فى شتى جمهوريات الاتحاد السوفيتى وقد عرفت باسم لجنة مشكلات التقدم العلمى والتكنولوچى . وتختص هذه اللجنة بدراسة المشكلات النظرية والتطبيقية فى مجال الدراسات المستقبلية والتنبؤ الاقتصادى والاجتماعى عى المستوى المحلى والعالمى(٥٣). هذا وتعد مجموعة فيلينيس < Vilnius > التى تضم بعض العلماء السوفيت فى مجال التنبؤ من أشهر فرق البحث فى مجال المستقبليات ، وقد أحرزت تقدما محسوسا فى التوصل إلى بعض المعايير المنهجية الخاصة بالتنبؤ الاقليمى فى مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والعلمية والتكنولوچية (٥٤). كذلك لوحظ أن علماء المستقبليات فى مناطق منسك ولينجراد وريجاقد شاركوا فى هذا الإنجاز العلمى . وقد أشار هؤلاء العلماء إلى أهمية البدء بتشخيص أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية على مستوى الأقاليم ثم وضع نظام للأولويات يليه البدائل الممكنة لتحقيق هذه الأهداف فى إطار الموارد المتاحة . كما توصلوا إلى إعداد نماذج كلية تشمل التشابكات المختلفة باختمالاتها المتعددة فى مجالات التنمية كى يتاح اختيار أكثر العناصر كفاءة وفاعلية من بينها لتحقيق الأهداف المطلوبة . وقد ساعدت هذه الإنجازات فى تطوير دراسات التنبؤ المعيارى كما أبرزت أهمية الدراسات الاستكشافية فى مجال المسقبليات .

ويلاحظ أن دراسات التنبؤ فى مجالات العلم والتكنولوچيا قد حققت درجة عالية من لتقدم فى التحاد السوفيتى ، بينما لم تزل الأبحاث فى المجالات الاجتماعية والثقافية والسياسية والجغرافية في طور التطوير ، وخصوصا ما يتعلق بالجوانب التى تحدد < ماقبل التنبؤ > مثل الهدف اوالمشكلة البحثية والأولويات والفروض والمدى الزمنى والطرق والتنظيم الخاصة بهذه البحوث التنبئية حيث تتدخل القيم والأهاف في رسم صورة المستقبل المرغوب فى تحقيقه (٥٥).

والوقع أن الاهتمام الأكبر لعلماء التنبؤ السوفيت يتجه إلى الجوانب النظرية والمنهجية والفلسفية للتنبؤ . وهناك مجوعة من الأشكاليات المنهجية والنظرية الخاصة بالتنبؤ كمجال متميز فى حقل المستقبليات تستحق أن يتوقف عندها العلماء والباحثون مثل تحديد العلاقة المنهجية بين الوظائف الوصفية والتفسرية والتنبؤ العلمى ، وكذلك المحددات الرياضية والاجتماعية والتاريخيه للتنبؤ ومكانة التنبؤ فى إطار الدراسات التحليلية والاستكشافية (٥٦). هذا ويتجسد الاهتمام السوفيتى بالدراسات المستقبلية فى مجموعة من النشاطات العلمية المنظمة التى تتمثل فى تنظيم مجموعة من السيمنارات الخاصة ببحوث المستقبل وأبرزها سيمنار لينجراد الخاص بالتنبؤ العلمى والتكنولوچى فى المجال الصناعى ، وهذا السيمنار يتم تنظيمه سنويا منذ عام ١٩٧١ . وهناك ندوة كييف التى تجتمع مرة كل عامين منذ عام ١٩٦٧ ، والتى تضم ألف مشارك تقريبا وهى تركز أيضا على التنبؤ فى المجال العلمى والتكنولوچى . وهناك سيمنار توفسيرسك السنوى وهو يتهم بمتابعة مشكلات الثبات فى التنبؤ . أما سيمنار منسك فهو يختص بالتنبؤ فى مشكلات المدن . بينما يختص سيمنار فيلينيس بالتنبؤ الإقليمى ، ويختص سيمنار ريجا بوسائل التنبؤ ، ويركز سيمنار موسكو على التصميم . ومن أبرز المجلات العلمية المتخصصة فى بحوث المستقبل جورنال موسكو الشهرى وهو الوحيد الذى يغطى نطاقا واسعا من بحوث المستقبل . هذا عدا النشرات العلمية الدورية التى تصدرها السيمنارات السابقة الذكر والتى تتضمن أحدث البحوث فى مجال المستقبليات ودراسات التنبؤ .

لقد استمرت الأبحاث المستقبلية فى الاتحاد السوفيتى تعانى من النقص الشديد فى المراجع والمنشورات الأكاديمية ، الأمر الذى شكل إعاقة لعمليات التدريب ، إلا أن هذه العقبة تم التغلب عليها إلى حد مامن خلال أول كتاب عام يختص بالتنبؤ الذى أعده أعضاء المجلس القومى للجمعيات العلمية والتقنية المعنية بعمليات التنبؤ العلمى والتكنولوچى – ولم يزل هذا الكتاب يستخدم كمرجع فى التنبؤات العامة ، وأيضا يستخدم كمرجع للتدريب المتخصص (٥٧).

ويبدأ الكتاب بمقدمة تهدف إلى إعطاء خلفية عامة عن التنبؤ ويعقب هذه المقدمة إشارة إلى التاريخ الخاص بدراسات المستقبل والتصورات الاجتماعية ومختلف مراحل ابحاث الدراسات الخاصة بالمسقبل فى مختلف الأقطار .

ويعد هذا الكتاب بمثابة تقرير دقيق عن الأساليب المنهجية للتنبؤ وتطبيقاتها النوعية في مجالات الچيولوچيا ، البيولوچيا ، الطب ، الجغرافيا ، والايكولوچيا ، الفضاء ، العلم والتكنولوچيا ،

الاقتصاديات ، علم النفس ، علم الاجتماع ، الديموجرافيا ، الأنتوغرافيا ، المعمار ، التربية ، الثقافة والفنون ، الدولة والقانون ، السياسة ، القانون الدولى والعلوم العسكرية .

وبالكتاب ملحق يتضمن معلومات أساسية عن المعاهد الرئيسية الخاصة بالتنبؤ على مستوى العالم ، كما يتضمن جزءا عن التجربة السوفيتية فى مجال التنبؤ القطاعى ، وقاموس اصطلاحى وبيليوجرافيا عن الإسهامات الإئيسية فى مجال التنبؤ فى بحوث المستقبل التى ظهرت فى الفترة من عام ١٩٦٦ حتى عام ١٩٨٠ باللغات الرؤسية والإنجليزية والفرنسية والإيطالية والألمانية والبلغارية والمجرية والبولندية والرومانية والتشيكوسلوفاكية .

***

الإسهامات العربية فى حقل الدراسات المستقبلية

لاشك أن ما يبدو على الساحة العربية من افتقاد شبه تام للرؤية المستقبلية تتمثل فى مجموعة من السمات تضع الوطن العربى فى هذه المرحلة من تاريخه ، وبكل ما يزخربه من ثروات بشرية وطبيعية ،وما يحمله من تراث حضارى ، وما يواجهه من تحديات داخليه وخارجيه وما يتعرض له من هدر لاعقلانى لامكانياته الهائلة المادية وغير المادية . كل هذه السمات وغيرها تضع الوطن العربى كله أمام مأزق تاريخى مخيف يوحى باحتمالات الانقراض التدريجى أو الاستمرارية والبقاء ، ولكن بشروط محددة لا تقبل المساومة تنحصر فى حقيقة واحدة ساطعه هى الاهتمام بالمستقبل ليس من خلال التطورات التقليدية التى تنمح للظروف وللدخلاء والطامعين إمكانية تشكل المستقبل العربى عوضا من أبنائه ، وليس من منطق الرؤى الجزئية ذات الأطر القطرية الضيقة ، وليس من خلال استيراد لتكنولوچيا العالمية ، بل الابد أن تتولاها عقول عربية تستوعب بالمعايشة والمعاناة وأعمال العقل عبرة التاريخ العربى الحديث والمعاصر وخلاصة الواقع العربى الراهن بما يطرحه من إمكانيات للتقدم وقدرات خلاقة لتجاوز مواطن العجز الكامنة فى التراث وأنماط الحياة اليومية وأساليب الفكر والسلوك المهيمنه على الأمة العربية أفراد وجماعات .

ولقد تجاوزت معظم البلدان العربية مرحلة التنمية القائمة على مشروعات جزئية متفرقة ، واهتمت بإنشاء أجهزة ووزارات للتخطيط . وهناك إثنتا عشرة دولة عربية تبنت سياسات تخطيطية متوسطة المدى من بينها ثمانى دول تمارس قدرا من السيطرة المركزية لا يمكن التقليل من أهميته ، وذلك من خلال أجهزة ووزارات التخطيط العربية (٥٨) وقد أولت بعض المنظمات العربية اهتماما

ملحوظا للدراسات القطاعية سعيا للتوصل إلى تصورات إستراتيجية عربية مشتركة تمثل حلقه فى سلسلة المحاولات المستمرة لتحقيق الحد الأدنى من التعاون العربى المشترك لمواجهة التحديات المستقبلية التى تجابه الوطن العربى ككل . وقد أسفرت هذه المحاولات عن مجموعة من الوثائق التى تعالج قضايا ذات صلة بالمستقبل العربى ، وتتلمس خطوط التحرك الاستراتيجى فى المجالات المختلفة حتى نهاية القرن العشرين ، وتهدف هذه الدراسات والوثائق إلى إعطاء قدر من التصور الاستراتيجى لآفاق ومستقبل تطور الأوضاع العربية فى العديد من المجالات . وعلى المستوى القومى تزامن هذا الاهتمام بوضع الأستراتيجيات القطاعية مع بعض المحالات التى بذلت من جانب العلماء العرب للسعى نحو صوغ نماذج كمية تضم الوطن العربى كله ، وقد استلزمت هذه المحاولات ضرورة التعرف إلى النماذج العالمية ودراسة أساليبها الفنية وتصنيفاتها المختلفة سعياً للاستفادة بها فيما يمكن إجراؤه من دراسات مستقبلية على المستوى العربى . ونذكر فى هذا المجال الإسهام الرائد الذى قدمته ‹ مجموعة التخطيط طويل المدى للبدان العربية › التى أنشئت بمعهد التخطيط القومى فى القاهرة ، وأشرف على نشاطها الدكتور إبراهيم حلمى عبد الرحمن ، وكانت تضم كوكبة من العلماء والباحثين المصريين . وقد عملت هذه المجموعة بالتعاون العلمى مع الصندوق العربى للإنماء الاقتصادى والاجتماعى ومنظمة اليونيدو . ولقد أعدت هذه المجموعة التى عرفت باسم ‹ مجموعة القاهرة › بعض الدراسات الهامة التى تمثل فى مجملها مشروع نموذج عربى للمستقبليات ، إلا أن المشروع لم يكتب له الخروج إلى دائرة التطبيق [٥٩].

ويضاف إلى هذا الجهد العديد من الدراسات ذات الطابع الفردى ، التى تفتقر إلى التكامل والشمول فى تناول ومعالجة القضايا المستقبلية فى تشابكاتها المعقدة . وفيما عدا ذلك هناك دراسة رائدة تتميز بالطابع الجماعى أصدرتها مؤسسة المشاريع والإنماء العربية عام ١٩٧٥ بإشراف أنطون زحلان تحت عنوان ‹ الوطن العربى عام ٢٠٠٠ › [٦٠]. وتتكون هذه الدراسة من مجموعة دراسات قطاعية تشمل السكان والتعليم والتحضر والموارد البشرية والزراعة والرى والنفط والنقل والنمو الاقتصادى الكلى . وقد تضمنت هذه الدراسات توصيفا للأوضاع الراهنة لكل قطاع ثم إسقاطات مبسطة لمستقبل كل قطاع ، وفى النهاية تضمنت بعض التوصيات العامة .

وتفتقر هذه الدراسة إلى النظرة الشمولية المتكاملة كما أنها لا تستند إلى قاعدة علمية عريضة من المعلومات والبيانات .

وانطلاقا من الوعى العميق بأهمية وضرورة البدء بالخطوة الأولى على الطريق الطويل نحو التحكم فى زمام المستقبل العربى . تلك الخطوة التى تتمثل فى ضرورة بذل جهد عربى استثنائى من أجل خلق تيار وطنى وقومى يؤمن بالدراسات المستقبلية باعتبارها السبيل الأوحد للنهوض الشامل والانطلاق نحو تشكيل المستقبل العربى ومن ثم امتلاكه . ولقد تمثلت هذه الخطوة فى مشروع المستقبلات العربية البديلة (٦١) الذى يهدف فى الأساس إلى إثارة الوعى حول أهمية الدراسات المستقبلية فى الوطن العربى . وينطلق هذا المشروع من إدراك أن التطور المستقبلى للوطن العربى وتنميته لا تصنعه التطورات الاقتصادية فحسب ، ولا يشكله مجرد الزيادة المحتملة فى بعض مؤشرات الإنتاج أو التوزيع أو الاستهلاك ، بل أن التنمية الحقيقية لا يمكن أن تتحقق إلا فى إطار إجتماعى - اقتصادى حضارى شامل . ولذلك فقد تضمن هذا المشروع العديد من الدراسات المتعلقة بمختلف عناصر التطور الحضارى العربى . وتشتمل هذه المجالات :

١ - العلاقات بين البنى الاجتماعية والسياسية والتنمية .

٢ - عملية صنع القرار .

٣ - الديموقراطية والاتصال الجماهيرى والمشاركة الشعبية .

٤ - الاتجاهات الاجتماعية والسياسية والثقافية .

٥ - آليات التبعية .

٦ - الوطن العربى والنظام العالمى المتغير .

٧ - الآثار غير المدروسة للثروة النفطية .

٨ - الموارد البشرية .

٩ - موار واستخدامات العلم والتكنولوچيا .

١٠ - الفنون والآداب .

١١ - الإطار المؤسسى للتكامل .

١٢ - التوحيد العربى وقضايا الأقليات .

الهوامش

(١) ماجد فخرى : تطور فكرة المستقبل فى العصور القديمة والحديثة - مجلة الفكر العربى - العدد العاشر - ابريل ١٩٧٩ - بيروت . ص ١٠، ١٢، ٢١.

(٢) انظر :محمود زايد :علم المستقبل فى وقتنا الحاضر - مجلة الفكر العربى - العدد العاشر - أبريل ١٩٧٩- بيروت. ص ٢٦- ٢٨ .(٣) انظر : إبراهيم سعد الدين وآخرون : صور المستقبل العربى - مركز دراسات الوحدة العربية وجامعة الأمم المتحدة - بيروت - ١٩٨٢ . ص ١٢، ١٣ .

(٤) فؤاد زكريا : التفكير العلمى - سلسلة عالم المعرفة رقم ٣ الكويت - مارس ١٩٧٢ - ص ١٩٣ - ص ٢٠٠ .

(٥) انظر : عبد العظيم أنيس : مستقبل البشرية والنماذج العالمية - مجلة الهلال عدد يناير ١٩٨٥ - القاهرة - ص ٣٢ - ٣٥ .

(٦) لمزيد من التفاصيل انظر :

E. Crorish: The Study of the Future. Washington D.C.1977 PP.58-59.

نقلا عن ماجد فخرى - مصدر سابق ق ١٧ .

(٧) انظر : فسطنطين زريق : نحن والمستقبل - دار العلم للملايين . بيروت ١٩٧٧ . ص ٦٧- ٨١ .

(٨) انظر : E. Cornish: Op. Cit.,PP69-71.

(٩) انظر : هانى عبد المنعم خلاف : المستقبلية والمجتمع المصرى - كتاب الهلال - العدد ٤٢٤ - القاهرة- إبريل ١٩٨٦- ص ١٠-١٢

(١٠) انظر : هانى خلاف : مصدر سابق - ص ١٢ - ١٣ .

(11) E. Corinsh: OP. Cit. PP44-46.

* أشار الأستاذ هانى خلاف فى كتابه ‹ المستقبلية والمجتمع المصرى › إلى أن الدراسات المستقبلية تشكل حاليا حوالى ٤١٥ مقررا درسيا موزعا على ثمانى عشرة ولاية أمريكية .

(١٢) محمود زايد : مصدر سابق . ص ٢٦ .

(١٣) انظر : إبراهيم سعد الدين وآخرون : صور المستقبل العربى - مصدر سابق - ص٢٢.

(١٤) انظر : المصدر السابق - ص ٢٣ .

(١٥) انظر : نادر الفرجانى : حول استشراف المستقبل العربى - رؤية نقدية للجهود المحلية والخارجية . المستقبل العربى - بيروت - مايو ١٩٨٠ - ص ٦٨ .

(١٦) انظر : صور المستقبل العربى - مصدر سابق - ص ٢٤ .

(١٧) انظر: إبراهيم سعد الدين وآخرون : صور المستقبل العربى - مصدر سابق - ص ١٧٨ ، ناهد صالح : المنهج فى البحوث المستقبلية - مجلة عالم الفكر - مارس ١٩٨٤ - الكويت - ص ٢٠٣ .

(١٨) انظر : فؤاد زكريا : التفكير العلمى – مصدر سابق – ص١٧– ٢٦ .

(١٩) انظر : ناهد صالح : المنهج فى البحوث المستقبلية – مصدر سابق – ص ٢٠٨.

(٢٠) انظر : E. Cornish: The study of future.Op.cit PP88-90.

قسطنطين زريق : نحن والمستقبل – مصدر سابق – ص ٤٠ – ٤٣ .

(٢١) انظر التفاصيل : Earle Josph: The trends of future. Minnesuota. Fed.1976. PP25-30.

(٢٢) انظر : محمد عارف عثمان : النهج فى علم الاجتماع جـ١ – دار الثقافة – القاهرة ١٩٧٢ .

(٢٣) انظر : هانى خلاف : المستقبلية والمجتمع المصرى – مصدر سابق – ص٢٢ ، ٣٣.

(٢٤) انظر : فؤاد زكريا : التفكير العملى – مصدر سابق – ص ٣٢٧ – ٣٣٠ .

(٢٥) انظر كل من : ابراهيم سعد الدين وآخرون : صور المستقبل العربى – مصدر سابق – ص ٢٤ ، ١٨٠ . ناهد صالح : المنهج ى البحوث المستقبلية – مصدر سابق – ص ٢٠١ ، ٢٠٢ .

(٢٦) لمزيد من التفاصل انظر : ناهد صالح – مصدر سابق – ص ٢٠٥ ، ٢٠٦ .

(٢٧) انظر : صور المستقبل العربى – مصدر سابق – ص ١٧١.

(٢٨) انظر : E. Cornish: OP. Cit-PP84-87

(29) F.L. Polak: Prognostics, Ascience In making sueveys and creates Future. Elsvier publishers, Amsterdam:1971.PP390-393.

(٣٠) انظر : F.L.Polak:Ibid. PP262-267

(٣١) انظر : صور المستقبل العربى – مصدر سابق – ص ١٨١ .

(٣٢) انظر : عبد الباسط عبد المعطى : البحث الاجتماعى – نحو رؤية نقدية لمناهجه وأبعاده – دار المعرفة الجامعية – الإسكندرية – ١٩٨٤ – ص ٣٧٦ ، ٣٧٧، عواطف عبد الرحمن وزخريات : تحليل المضمون فى الدراسات الإعلامية – العربى للنشر – القاهرة ١٩٨٥ – ص ٢٤٤ – ٢٤٦ .

(٣٣) انظر : عواطف عبد الرحمن : مصدر سابق –ص ٢٤٦ ، ناهد صالح – مصدر سابق – ص ٢٠١ .

(٣٤) لمزيد من التفاصل انظر : عبد الباسط عبد المعطى – مصدر سابق – ص ٣٨٧ – ٣٨٠ .

(٣٥) انظر: -J-M- Richards on: Global Modelling(1) The Models. Futures Val-12.No50 october1978P. 388,

D.H.Meadows el al: The Limits to Growth New York-Univers books,1972-P.

نقلا عن صور المستقبل العربي – مصر سابق – ص ٣٠ – ٣٥ .

(٣٦) أنظر : صور المستقبل العربي – مصدر سابق – ص ٣٥ .

(*) جاء فى مقدمة التقرير المعروف باسم < حدود النمو > الذى طبعت منه ملايين النسخ أو أوريليوبتشي يشرف ويمول نشاط نادى روما يساهم فى شركتى فيات للسيارات وأوليفتى للآلات الكاتبة ويملك مؤسسة للاستشارات الهندسة والاقتصادية ويرى البعض أنه هو المحرك وراء حركة النماذج العالمية .

(**) شجع نادى روما عالمين أحدهما أمريكى < ميرزاروفيتش > وثانيهما ألمانى غربى < بستل > على بناء هذا النموذج الذى عرف باسميهما ونشرت نتائجه عام ١٩٧٤ فى تقرير بعنوان < البشرية عند مفترق الطرق > .

انظر : عبد العظيم أنيس – مصدر سابق – ص ٣٥ .

(٣٧) انظر: S. Cole: The global futres debate1975-1976. in C. Eereewan and Jahoda, Eds : World futures. Felmer, Bri ghton-Sussex University1979.

Richardson: Godal Modelling(1) the Models op. it PP389-390.

نقلا عن صور المستقبل العربي – مصدر سابق – ص ٣٢ – ٣٧ .

(٣٨) انـــظـــر : Richardson: Global Modelling, op. cit- P342-393.

* إشارة إلى مؤسسة باريلوتشي بالاجنتين وهى التى مولت هذا المشروع .

(٣٩) انـظـر R. Petrella: Ideologlcal basis and Impact of world Models: Acomparison. in Seminar of Future Forecasts and World models, Rio de Janiero,28-11/3-12-1975.

(٤٠) انظر : Amil car o. Herrera et al; catastrophe or a new society. A latin American world model Ottawa' intenational development research cantre.1976.

عبد العظيم أنيس – مصدر سابق – ص ٣٤ ، صور المستقبل العربي – مصدر سابق – ص ٣٩ – ٤١ .

(٤١)

* انظر : W. Leontif et: The Future of the world economy prelimmary report, New York,Un, Dept of Economic:and Social Affalirs1976.

(٤٢) انظر : نادر فرجاني – مصدر سابق – ص ٧٨ .

(٤٣) انظر : OECD: Facing the Future OECD, Paris1979 pp.329-330,403.

(٤٤) انظر : عبد العظيم أنيس : مصدر سابق – ص ٣٦ – ٣٧ .

(٤٥) انظر : محمود زايد – مصدر سابق – ص ٢٧ ، ٣١ .

(٤٦) انظر : E. Cornish: op. cit PP77-80.

(٤٧) انظر : محمود زايد : مصدر سابق – ص ٣٢ .

(٤٨) انظر : E. Cornish: op. cit PP.86.

(٤٩) انظر : هانى خلاف : مصدر سابق – ص ١٣ .

(٥٠) لمزيد من التفاصيل انظر : ناهد صالح – مصدر سابق – ص ٣٠٢ ، ٣١٣ ، محمود زايد – مصدر سابق – ص ٣٢ .

(٥١) انظر : إبراهيم سعد الدين : صور المستقبل العربى – مصدر سابق – ص ٢٢

(52) Igor V. Bestu zhev Lada: Futures research in U.S.S.R. Academy of sci-. ences of U.S.S.R. Moscow-1986.

(53) Igor. V.B.Lada: Ibid-PP2-4.

(54) Igor. V.B. Lada : Forcastig and planning in U.S.S.R. Buterworth Company <Publisher> Feb.1986.

(55) Igor B. Lada: A Soviet Scintist Looks at Futurology-Courier UNESCO, April1971 P.24.

(56) Igor.B. Lada: forcasting, an approach to the problem of the Future. Moscow Jpurnal4-1972-P38.

(٥٧) انظر : I.V.B. Lada: Futures reserch in U.S.S.R. Op cit . PP10-11.

(٥٨) لمزيد من التفاصيل انظر : إبراهيم سعد الدين : وآخرون صور المستقبل العربى – مصدر سابق – ص ١٧٥ – ١٧٧ .

(٥٩) انظر : نادر الفرجانى : حول استشراف المستقبل العربى للوطن لعربى رؤية نقدية للجهود المحلية والخارجية – مجلة المستقبل العربى – بيروت – مايو ١٩٨٠ .

(٦٠) انظر : نادر فرجانى : استشراف المستقبل العربى – مصدر سابق .

(٦١) شارك فى تصميم المشروع مجموعة من المفكرين العرب وعلى رأسهم د. إسماعيل صبرى عبد الله وإبراهيم سعد الدين . وأقرته جامعة الأمم المتحدة بطوكيو فى ديسمبر ١٩٨٠ . وقد أنجزت كافة دراساته الفرعية وإن لم تصدر بعد فى دراسات منشورة .

الفهرس

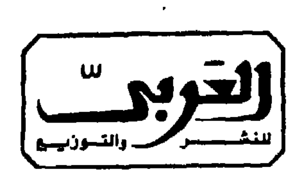
رقم الايداع ٢٠٠٠/٣٠٠٠

I.S.B.N

977-319-022-6

مطبعة المدني المؤسسة السعودية بمصر
٦٨ شارع العباسية - القاهرة - ت : ٤٨٢٧٨٥١





٦٠ شارع قصر العينى (١١٤٥١) القاهرة
تليفون : ٣٥٥٤٥٢٩ - ٥٩٤١٩٤٣
فاكس : ٣٥٤٧٥٦٦
٤٢ ميدان البصره
شارع دجله من شهاب - المهندسين
تليفون وفاكس : ٧٤٩٢١٤٥
Mail:alarabi5@intouch. con

